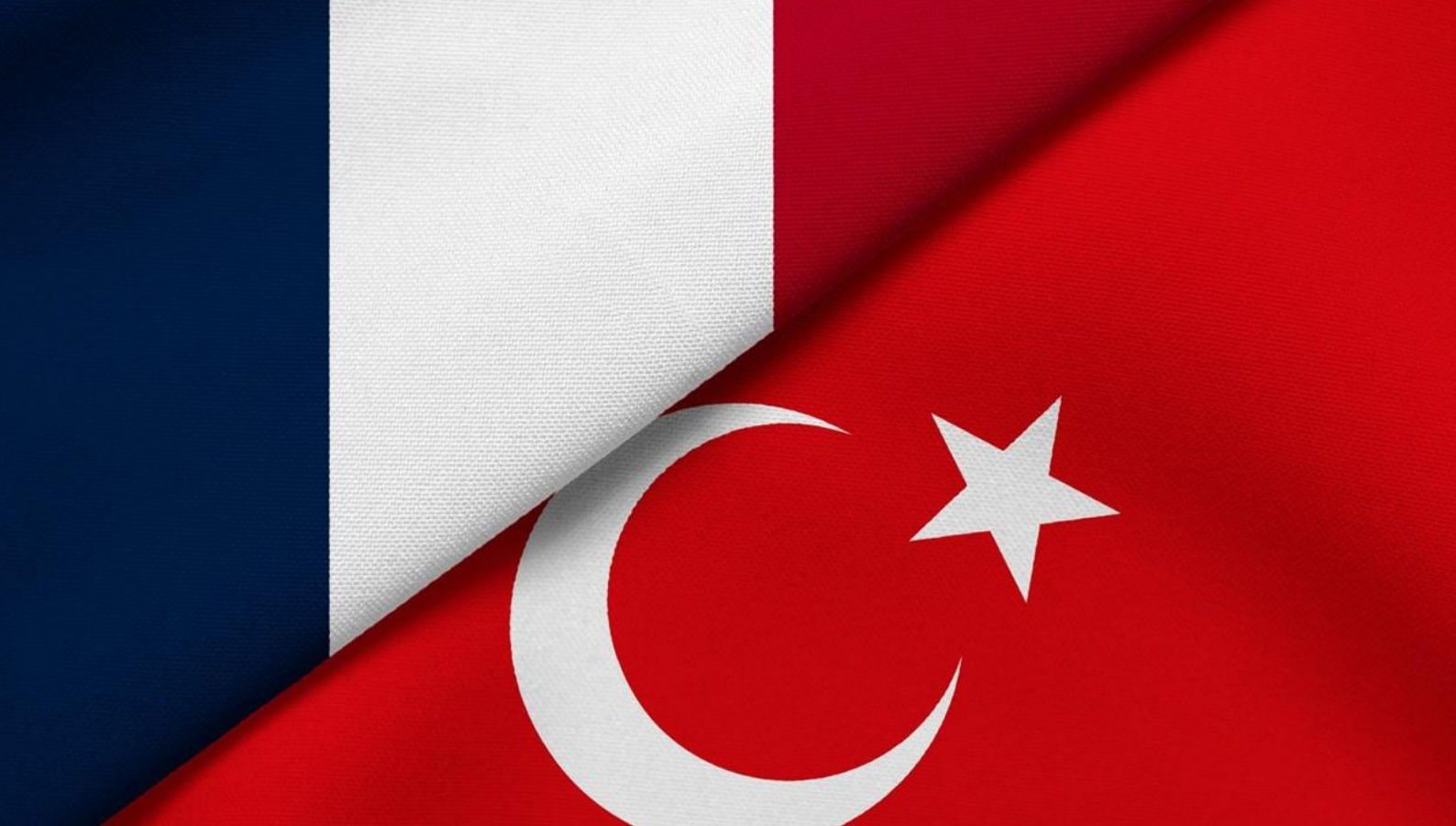




UN IMPACT DURABLE

CONTRIBUTIONS ÉCONOMIQUES ET SOCIALES DES ENTREPRISES FRANÇAISES
ET FRANCO-TURQUES EN TURQUIE – ACTUALISATION POUR 2020-2024

SOMMAIRE

ÉDITO

05

INTRODUCTION ET SOMMAIRE: UNE CONTRIBUTION MULTIFORME

06

PARTIE I:

LES ENTREPRISES FRANÇAISES ET FRANCO-TURQUES EN TURQUIE

09

PARTIE II: DYNAMISER L'ÉCONOMIE

13

- EMPLOI
- VALEUR AJOUTÉE BRUTE
- INVESTISSEMENTS
- EXPORT
- SIÈGES REGIONAUX
- R&D ET INNOVATION

PARTIE III: FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

28

- ENGAGEMENT SOCIAL
- ÉGALITÉ DES GENRES
- DÉCARBONATION
- ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET BIODIVERSITÉ

SOMMAIRE

PARTIE IV: MÉTHODOLOGIE

38

APPENDICE: CONTRIBUTIONS DANS CERTAINS SECTEURS

42

- AUTOMOBILE
- SANTE ET COSMÉTIQUES
- AGROALIMENTAIRE
- TOURISME ET TRANSPORT
- CONSTRUCTION
- TECH

GUIDE: LA PRÉSENCE INSTITUTIONNELLE FRANÇAISE EN TURQUIE

51

- SERVICE ÉCONOMIQUE RÉGIONAL
D'ANKARA
- CCEF
- BUSINESS FRANCE
- CCIFT
- AFD
- BPIFRANCE



Édito



Je souhaite saluer tout particulièrement le rôle déterminant joué par le comité Turquie des Conseillers du commerce extérieur de la France dans l'élaboration de ce rapport. Leur expertise, fondée sur une connaissance fine du terrain, constitue un appui essentiel à notre action collective.

Dans un contexte économique turc marqué par d'importants défis, les entreprises françaises se distinguent par leur confiance et leur engagement, comme le montre cette enquête. Les entreprises françaises et franco-turques qui y ont répondu ont ainsi investi 3,6 milliards d'euros au cours des cinq dernières années et prévoient d'investir 5 milliards d'euros supplémentaires dans les trois années à venir. Ce dynamisme illustre la confiance durable qu'elles placent dans l'avenir de la Turquie. Leur contribution à l'économie turque est significative : la valeur ajoutée directe et indirecte générée par ces entreprises représente 1,6 % du PIB national. Surtout, ces investissements sont créateurs d'emplois : près de 400 000 personnes travaillent aujourd'hui directement ou indirectement pour des entreprises françaises en Turquie.

Je me félicite également que les entreprises françaises en Turquie associent à leur engagement économique une réelle ambition environnementale et sociale. Elles sont actives dans des champs essentiels tels que la biodiversité, la décarbonation, la diversité au travail, la promotion de l'égalité femmes-hommes et l'inclusion sociale.

Avec les services de l'Ambassade de France en Turquie, nous formons, tous ensemble, une équipe France mobilisée et tournée vers l'avenir.



Isabelle Dumont
Ambassadrice de France en Turquie

INTRODUCTION ET RÉSUMÉ: UNE CONTRIBUTION MULTIFORME

Au-delà des grands indicateurs

La France occupe depuis longtemps une place importante dans l'économie turque, et les relations économiques entre la France et la Turquie sont aujourd'hui marquées par des échanges commerciaux et des investissements intenses et diversifiés. En 2024, la Turquie était le 3^e marché le plus important pour les biens français en dehors de l'Union européenne (UE), du Royaume-Uni et de la Suisse, tandis que la France se classait comme le 6^e fournisseur et client de la Turquie. Le volume des échanges entre les deux pays s'élevait à 23,7 milliards d'euros cette année-là. La relation franco-turque est également symbolisée par des partenariats solide, tels que celui entre Renault et Oyak (un fonds de pension turc majeur) dans le secteur automobile, ainsi que par un niveau élevé d'investissements. En 2024, le stock d'investissements directs étrangers français en Turquie s'élevait à 7,4 milliards d'euros, plaçant la France au 8^e rang des investisseurs dans le pays.

Cependant, l'étude des relations économiques franco-turques ne saurait se limiter aux volumes d'échanges et aux niveaux d'investissement des entreprises. En effet, bien que ces indicateurs soient cruciaux, ils ne reflètent qu'une partie de la réalité. Ils ne rendent pas compte des apports des entreprises françaises en matière de technologie, de savoir-faire, d'innovation et d'exportations vers des pays tiers. Ils ignorent également la dynamique que ces entreprises insufflent aux secteurs dans lesquels elles opèrent, la création d'emplois (directs, indirects ou induits) et le développement des ressources humaines. Enfin, ces indicateurs ne rendent pas compte des progrès sociaux et environnementaux permis par les stratégies de durabilité des entreprises françaises et franco-turques.

Par conséquent, afin de dresser un panorama complet de l'impact multiforme des entreprises françaises et franco-turques en Turquie, une première étude a été commandée en 2021 par les Conseillers du Commerce Extérieur de la France en Turquie¹. Cette étude, qui portait sur la période 2014-2019, avait permis d'aller au-delà des chiffres phares et de décrire exhaustivement la contribution quantitative et qualitative des entreprises à capital français et turc en Turquie.

Avec le même objectif d'offrir une vue d'ensemble, cette nouvelle étude, réalisée par Junior ESSEC Consulting, actualise les données sur la présence française en Turquie pour la période 2020-2024. Elle propose également une nouvelle perspective sur cette présence, aborde des thèmes inédits tels que la numérisation, la coopération avec l'écosystème de recherche et l'innovation industrielle, et montre comment les entreprises françaises et franco-turques ont réagi aux crises nationales et internationales. Les résultats de cette étude sont encourageants et positifs en matière d'emploi, de développement humain, de valeur ajoutée et d'investissements. L'étude rassemble également des témoignages concrets sur les actions menées par les entreprises pour relever des défis variés propres à la Turquie.

¹ Le rôle de ce comité est expliqué en détail à la page 53

Principaux résultats de l'étude

Les entreprises incluses dans cette enquête opèrent dans un large éventail de secteurs, les deux plus représentés étant l'industrie manufacturière et les services de transport et de stockage. Une partie importante d'entre elles sont des grandes entreprises : 50 % ont déclaré un chiffre d'affaires annuel en Turquie dépassant 25 millions d'euros en 2024, et leur **chiffre d'affaires combiné a atteint 36,6 milliards d'euros** cette même année. Leur présence en Turquie ne se limite pas à la simple vente de biens ou de services : 38 % d'entre elles exploitent une ou plusieurs unités de production, pour un total d'au moins **197 sites de production français ou franco-turcs** répartis dans le pays.

En 2024, ces entreprises ont contribué à hauteur de **685,9 milliards de livres turques** (soit 18,7 milliards d'euros, selon le taux de change de décembre 2024 : 36,74 TRY/EUR) **à la valeur ajoutée brute de la Turquie**, lorsqu'on considère la somme de leurs contributions directes, indirectes et induites². Elles ont ainsi représenté **1,6 % du PIB turc en 2024**, un chiffre qui témoigne de l'ampleur de leur impact sur l'économie locale. Malgré les défis récents — pandémie de COVID-19, guerre en Ukraine et séisme de 2023 —, ces entreprises ont fait preuve d'une résilience remarquable, en **investissant plus de 3,6 milliards d'euros** en Turquie entre 2020 et 2024. Leur engagement devrait se renforcer, avec **au moins 5 milliards d'euros de nouveaux investissements prévus** sur les trois prochaines années.



Cette étude confirme l'attractivité des entreprises françaises pour la Turquie, ainsi que la place du pays dans leur stratégie à long terme. Avec plus de 385 000 personnes travaillant au sein de cet écosystème dans divers secteurs, ces entreprises prévoient d'investir 5 milliards d'euros supplémentaires au cours des trois prochaines années



Franck MEREYDE
Président du Comité Turc des CCEF

Leur contribution ne se limite pas au marché intérieur : **les exportations représentent 22 % de leur chiffre d'affaires combiné**, et **34 % des entreprises étudiées gèrent des opérations à l'étranger** depuis leurs sièges turcs, notamment au Moyen-Orient et en Asie centrale. Cette dimension internationale consolide la position de la Turquie en tant que plateforme stratégique régionale.

L'emploi est un autre domaine où l'influence des entreprises étudiées est marquée. Avec **143 517 emplois directs en 2024**, les entreprises françaises et franco-turques apportent une contribution déterminante au marché du travail turc, améliorant les niveaux de vie et soutenant le développement socio-économique du pays. Le secteur des transports et du commerce, qui représente 14 % des entreprises étudiées, employait à lui seul 55 498 salariés (soit 39 % des emplois directs recensés), tandis que l'industrie et la construction regroupaient ensemble 27 % de ces emplois.

Ces entreprises participent également à l'avancement technologique et au niveau de savoir-faire en Turquie. Entre 2022 et 2024, elles ont investi plus de **700 millions d'euros en recherche et développement**. Elles collaborent étroitement avec les universités, centres de recherche et

² Ces concepts sont expliqués en détail à la page 39

technoparcs turcs : **une entreprise sur deux parmi celles étudiées travaille avec des acteurs de l'innovation**. Leurs capacités d'innovation se traduisent aussi dans le champ de la propriété intellectuelle : **47 % des entreprises ont déposé un brevet, une marque ou un droit d'auteur** en Turquie. Elles accompagnent activement la transformation numérique du pays, un pilier central de la stratégie nationale d'investissement pour 2024–2028, tout en favorisant l'innovation, le transfert de technologies et la formation des employés, et ce, dans des entreprises de toutes tailles.

Conformément à la stratégie turque pour 2024–2028, **71 % des entreprises réalisent désormais un bilan annuel de leur empreinte carbone**, et **62 % ont déjà fixé des objectifs concrets de réduction** de celle-ci. Leur approche reflète une culture d'entreprise alliant rentabilité et responsabilité, en promouvant la gestion environnementale, la sécurité au travail et une croissance durable.

Enfin, ces entreprises contribuent activement à l'amélioration des indicateurs sociaux en Turquie en promouvant l'égalité des genres. **64 % d'entre elles ont mis en place des mesures pour augmenter la part des femmes dans les postes à haute valeur ajoutée et de management**, notamment via des quotas. Ces initiatives revêtent une importance particulière dans un pays faisant encore face à des difficultés structurelles dans ce domaine, 19 % des cadres turques étant des femmes en 2025³.

³ TurkStat, Employment by Occupation, 2^e trimestre de 2025. Disponible à : <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Employment,-Unemployment-and-Wages-108>

PARTIE I:

LES ENTREPRISES FRANÇAISES ET FRANCO-TURQUES EN TURQUIE

Les relations commerciales entre la France et la Turquie trouvent leurs origines dans l'alliance entre Soliman le Magnifique et François Ier au milieu du XVI^e siècle. Portées par cet héritage, les relations diplomatiques se sont intensifiées au cours des siècles suivants et se sont reflétées dans le domaine économique, notamment avec l'association de la Banque impériale ottomane, créée en 1863, avec la Banque de Paris et des Pays-Bas (devenue ensuite PARIBAS, puis BNP PARIBAS) et des investisseurs anglais. L'Union des Assurances de Paris, une compagnie d'assurance française plus tard rachetée par AXA, a commencé ses activités dans le pays en 1892. Dès le début du XX^e siècle, plusieurs grands groupes français se sont implantés en Turquie. Les équipementiers automobiles français, menés par Renault, qui a commencé à opérer avec son partenaire turc Oyak en 1969, ont commencé à investir durant cette période. Cependant, c'est l'ouverture de l'économie turque dans les années 1980 et l'entrée en vigueur de l'union douanière entre l'UE et la Turquie en 1996 qui ont encouragé de nombreuses grandes entreprises françaises à investir dans le pays. Pendant cette période, les entreprises françaises et franco-turques ont réalisé des investissements significatifs dans les secteurs de l'énergie, de la distribution, de l'agroalimentaire, des cosmétiques et de la santé. Bien que les groupes industriels aient continué à dominer, des groupes d'assurance et de chèques-restaurant, ainsi que des entreprises françaises du luxe, se sont également installés, posant ainsi les bases d'un portefeuille solide et diversifié d'entreprises en Turquie.

Cette dynamique s'est poursuivie au XXI^e siècle, avec une multiplication des investissements directs étrangers français en Turquie, passant de 1,7 milliard de dollars en 2000 à 8,0 milliards de dollars en 2024⁴. Cette période a vu des investissements majeurs de groupes français auprès de leurs partenaires turcs, comme BNP Paribas avec TEB en 2005, et le groupe Aéroport de Paris avec TAV en 2012. De plus, de nouvelles entreprises françaises ont continué à s'implanter en Turquie : 53 % des entreprises interrogées dans l'étude se sont établies dans le pays après 2001.

Cependant, sur la période couverte par l'enquête (2020-2024), la majorité des nouveaux investissements proviennent d'acteurs français déjà implantés en Turquie. En effet, seulement 4 % des entreprises interrogées sont entrées sur le marché turc après 2020. Ces nouveaux arrivants étaient principalement issus du secteur de la Tech.

⁴ Banque centrale turque (CBRT), Investissements directs à l'étranger par pays (Stock). Disponible à : <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>

Une position solide et en expansion

Parmi les entreprises couvertes par la présente étude, 65 % sont des sociétés anonymes et 23 % des sociétés à responsabilité limitée. Le reste est établi sous forme de succursales ou de bureaux de liaison en Turquie. 56 % de ces entreprises sont affiliées à une grande entreprise, définie comme une entreprise dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 1,5 milliard d'euros et/ou qui emploie plus de 5 000 salariés. Cela confirme l'engagement continu des grands groupes français en Turquie, comme présenté dans le rapport précédent.

En ce qui concerne le chiffre d'affaires généré en Turquie, 54 % des entreprises françaises et franco-turques incluses dans l'étude ont réalisé un chiffre d'affaires annuel supérieur à 25 millions d'euros en 2024, contre 44 % en 2022. Plus précisément, 18 % des entreprises ont enregistré un chiffre d'affaires égal ou supérieur à 300 millions d'euros en 2024, contre 15 % en 2022. Cette augmentation régulière des niveaux de chiffre d'affaires au cours des deux dernières années confirme une tendance plus large observée depuis 2019. Elle reflète non seulement la trajectoire de croissance des entreprises françaises et franco-turques, mais aussi leur contribution renforcée à la reprise économique, à la production industrielle et au développement régional de la Turquie.

Une présence diversifiée

Les entreprises françaises et franco-turques exercent une grande diversité d'activités, allant de la production directe dans l'agriculture et l'industrie manufacturière au soutien à la production via les services de transport, de stockage ou de conseil. Plusieurs d'entre elles sont des leaders dans leurs domaines en Turquie. Par exemple, tous secteurs confondus, Oyak Renault est la septième plus grande entreprise industrielle du pays en termes de chiffre d'affaires et le quatrième plus grand exportateur, avec 70 % de sa production vendue à l'étranger. Une analyse détaillée de ces secteurs est disponible en annexe. Une répartition formelle des entreprises françaises et franco-turques incluses dans l'étude par grandes catégories montre que 44 % des entreprises répondantes sont actives dans l'industrie manufacturière⁵, 10 % dans la construction,

⁵ Pour catégoriser les entreprises présentes dans l'étude, nous avons utilisé la classification statistique des produits associés aux activités (CPA) d'Eurostat. La liste des catégories CPA est disponible à : <https://showvoc.op.europa.eu>.

56%

des entreprises interrogées sont
affiliées
à une grande entreprise.

18%

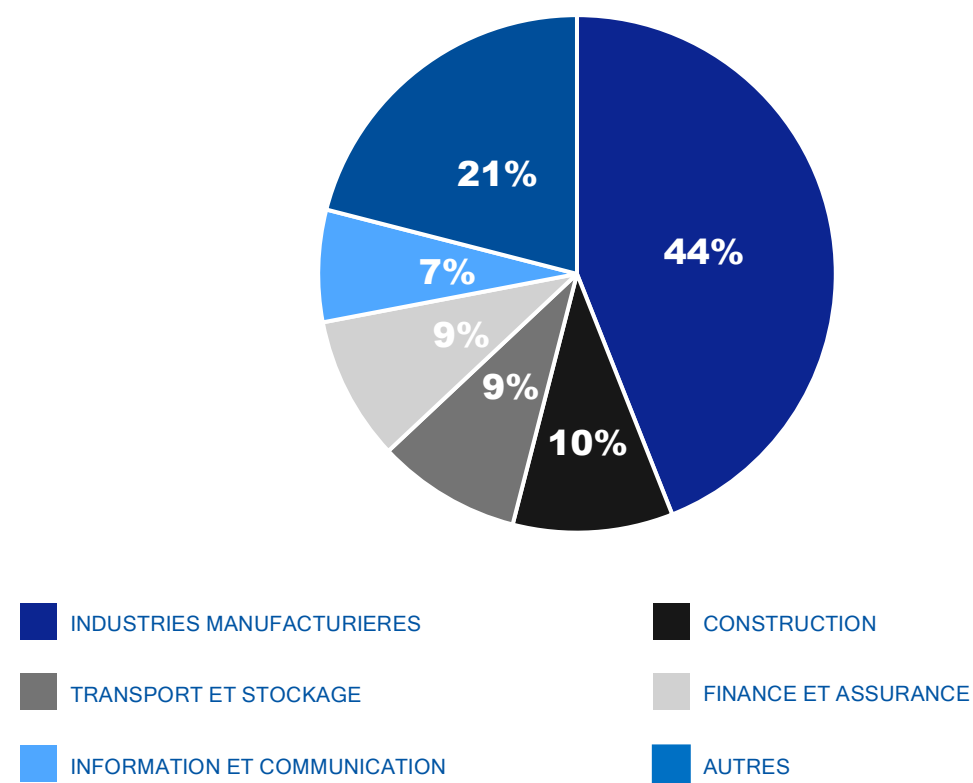
des entreprises incluses dans l'étude ont
dégagé un chiffre d'affaires supérieur ou
égal à 300 millions d'euros en 2024 en
Turquie

44%

des entreprises répondantes ont vu leur
chiffre d'affaires augmenter de 10 millions
d'euros ou plus entre 2022 et 2024.

9 % dans les services de transport et de stockage, 9 % dans la finance et l’assurance et 7 % dans l’information et la communication.
Les 21 % restants se répartissent dans divers autres secteurs, allant de la santé aux arts et divertissements. Plus de la moitié de ces entreprises opèrent dans des secteurs à haute valeur ajoutée, tels que l’industrie manufacturière, les services professionnels, scientifiques et techniques, ainsi que les services financiers.

FIGURE 2: RÉPARTITION PAR SECTEUR DES ENTREPRISES FRANÇAISES ET FRANCO-TURQUES INCLUSES DANS L’ÉTUDE



Une priorité donnée à la production

38 % des entreprises françaises et franco-turques incluses dans l'étude mènent des activités de production en Turquie en utilisant leurs propres installations. Parmi ces entreprises, 47 % exploitent deux unités de production, 41 % entre trois et dix, et les 2 % restantes en exploitent plus de dix. Cela représente au moins 197 sites de production français et franco-turcs dans le pays, ce qui témoigne d'un engagement soutenu et structuré en faveur de la production locale. Cette présence industrielle souligne également la volonté de ces entreprises de créer une valeur concrète, plutôt que de se limiter à une simple activité de distribution.

Il y a plus de

197

unités de production possédées
par des entreprises françaises ou
franco-turques en Turquie.

Trois quarts des entreprises répondantes opèrent selon un modèle B2B, vendant leurs produits ou services à d'autres entreprises. Parallèlement, 25 % d'entre elles commercialisent directement auprès des consommateurs, tandis que 15 % fournissent des biens et des services au secteur public. En outre, 13 % des entreprises fonctionnent selon un modèle B2B2C, atteignant ainsi les consommateurs finaux par l'intermédiaire de partenaires intermédiaires⁶.

⁶ Les chiffres peuvent dépasser 100 %, car les répondants pouvaient indiquer plusieurs segments de clientèle couverts par leur modèle économique.

PARTIE II:

DYNAMISER L'ÉCONOMIE

Après avoir dressé le profil des entreprises françaises et franco-turques en Turquie dans la section précédente, il est désormais temps de décrire et d'évaluer leurs contributions à l'économie turque en matière d'emploi, de valeur ajoutée brute (dont le calcul est détaillé dans la partie IV), d'investissement, d'exportations, de centres décisionnels, de recherche et développement, d'innovation, ainsi que de coopération avec les start-ups et les universités.

EMPLOI

L'une des illustrations les plus marquantes de l'apport des entreprises françaises et franco-turques à l'économie de la Turquie réside dans leur contribution à l'emploi. Chaque poste créé participe à l'augmentation du taux d'emploi et à l'amélioration du niveau général de bien-être dans le pays. À la fin de l'année 2024, **les entreprises incluses dans l'enquête employaient directement 143 517 personnes.**

Plus de

143 517

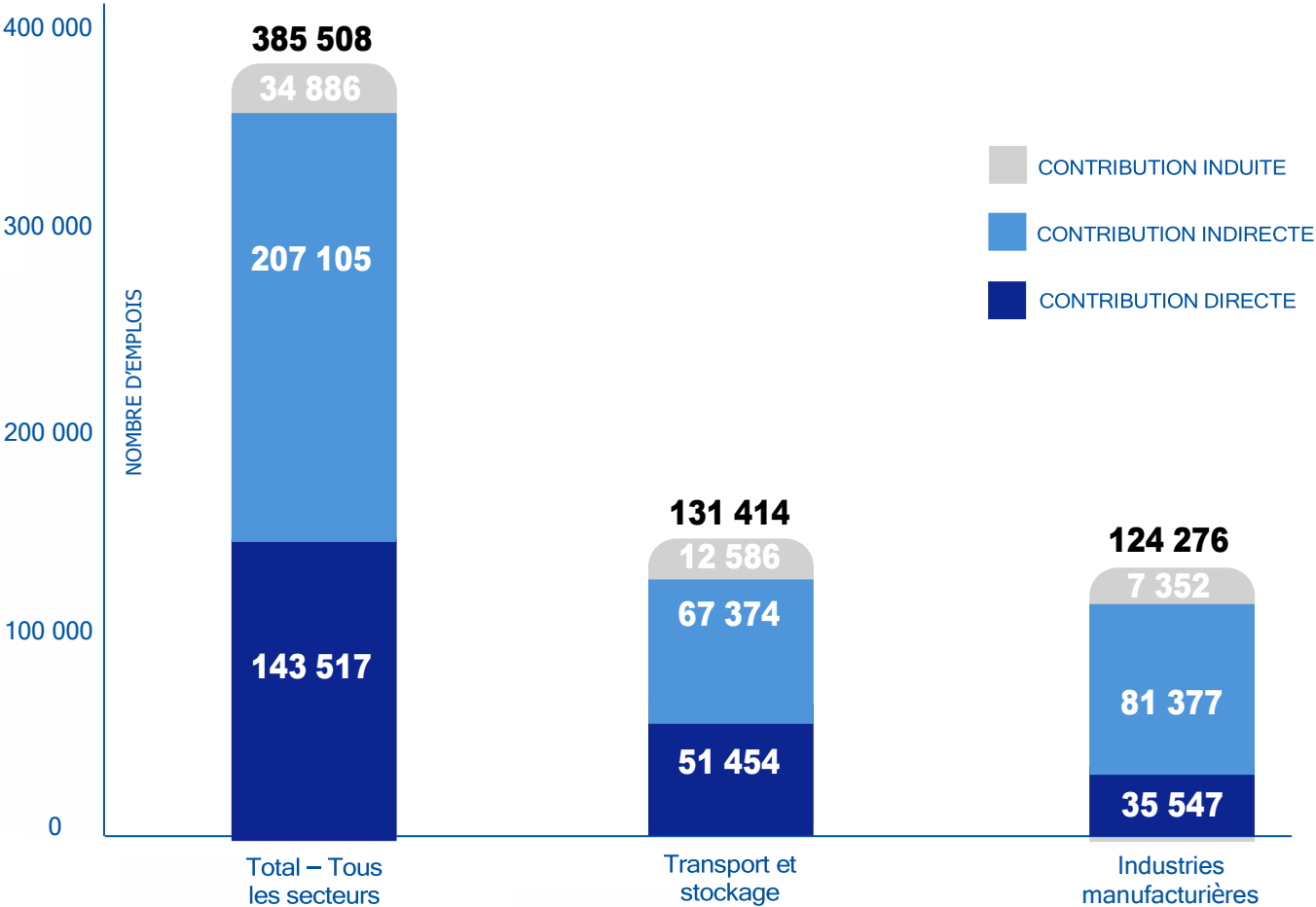
personnes étaient directement employées
par les entreprises françaises et franco-
turques en Turquie en 2024

Parmi les salariés directement employés par ces entreprises à la fin de l'année 2024, 39 % travaillaient dans les services de transport et de soutien aux entreprises, 27 % dans les activités industrielles et de construction, 16 % dans les secteurs de l'information, de la communication et des services professionnels, 15 % dans les services financiers et d'assurance, et les 3 % restants dans les secteurs des loisirs, des services personnels, de l'agriculture et de l'environnement.

Contribution plus large à l'emploi

L'impact des entreprises françaises et franco-turques incluses dans cette recherche sur l'emploi va bien au-delà de leurs effectifs propres. En prenant en compte l'emploi indirect et induit, **leur contribution totale à l'emploi en Turquie atteint 385 508 postes, soit 1,1 % de la main-d'œuvre globale du pays.**

FIGURE 3: CONTRIBUTIONS TOTALES ET SECTORIELLES DES ENTREPRISES FRANÇAISES ET FRANCO-TURQUES À L'EMPLOI EN TURQUIE

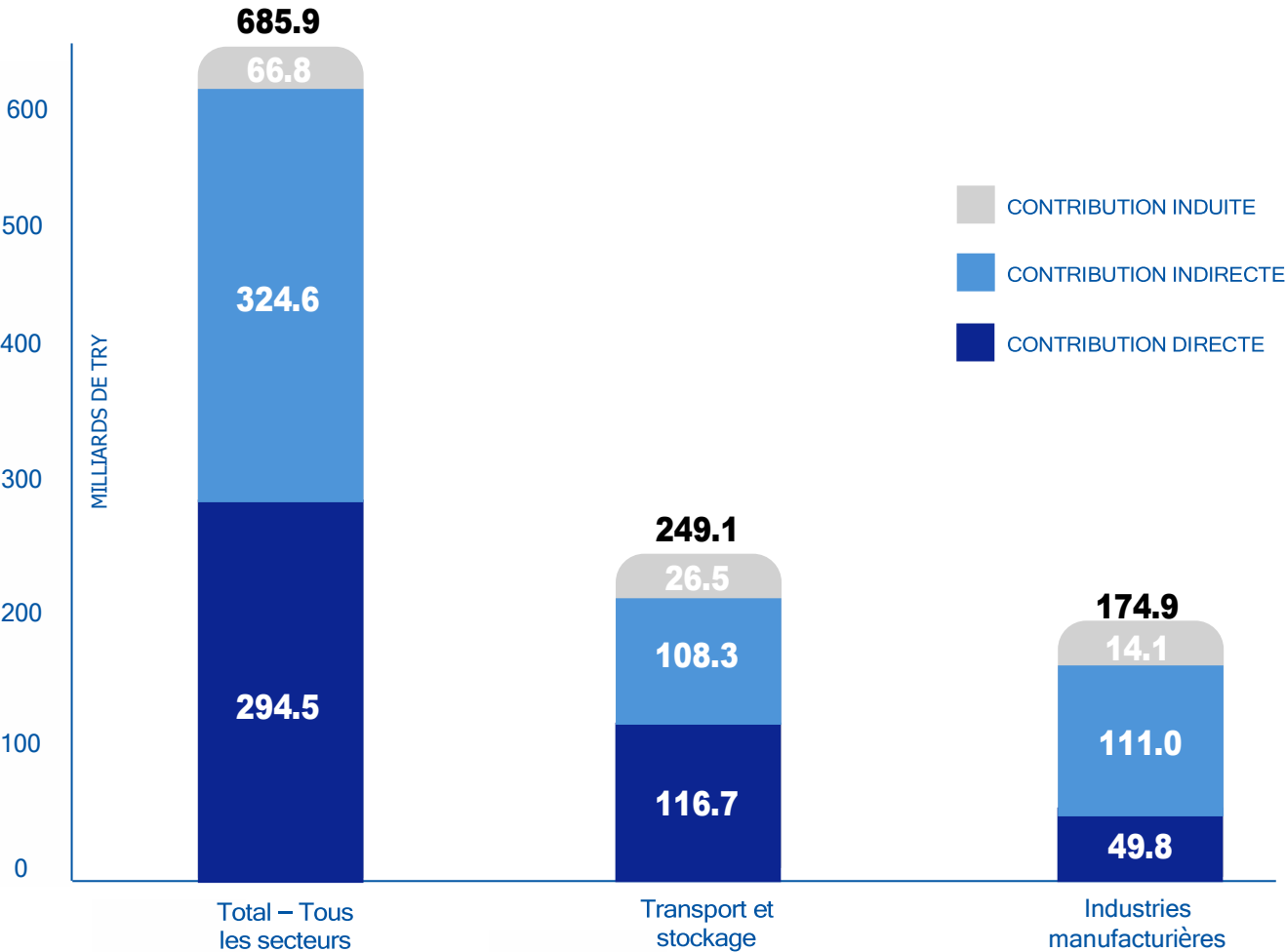


VALEUR AJOUTÉE BRUTE

Les 143 entreprises françaises et franco-turques incluses dans l'étude ont contribué directement à hauteur de 294,5 milliards de livres turques à la valeur ajoutée brute totale de la Turquie en 2024, ce qui équivaut à **8 milliards d'euros** en utilisant le taux de change de décembre 2024 (36,74 EUR/TRY).

Lorsque l'on ajoute à ce chiffre leurs contributions indirectes et induites, nous estimons que la contribution totale de ces entreprises à la valeur ajoutée brute a atteint 685,9 milliards de livres turques en 2024 (**soit 18,7 milliards d'euros**). Ainsi, **la valeur ajoutée brute des entreprises étudiées a représenté 1,6 % du PIB de la Turquie** en 2024.

FIGURE 4: CONTRIBUTIONS TOTALES ET SECTORIELLES DES ENTREPRISES FRANÇAISES ET FRANCO-TURQUES EN VALEUR AJOUTEE



Les résultats montrent aussi que :

- La contribution moyenne de chaque entreprise en 2024 s'est élevée à 4,8 milliards de livres turques (131 millions d'euros).
- Les entreprises actives dans le secteur du transport et du stockage ont réalisé les contributions combinées les plus importantes, avec 249,1 milliards de livres turques (6,8 milliards d'euros). Le secteur des industries manufacturières arrive en deuxième position, avec des contributions combinées de 174,9 milliards de livres turques (4,8 milliards d'euros).

INVESTISSEMENT

Les entreprises françaises et franco-turques ont également soutenu le développement économique de la Turquie grâce à leurs investissements continus dans le pays, et ce malgré la pandémie de COVID-19, qui a fortement affecté leurs capacités budgétaires. En effet, les entreprises incluses dans notre étude **ont investi plus de 3,6 milliards d'euros en Turquie entre 2020 et 2024.**

Ces investissements ont poursuivi plusieurs objectifs : 63 % des entreprises ont investi pour étendre leur capacité de production, 50 % pour améliorer leur compétitivité et leur productivité, 29 % pour développer de nouveaux produits ou services grâce à la recherche et développement, et 27 % pour réduire leur empreinte carbone et renforcer leur durabilité environnementale.

Plus de
5 Mds €
d'investissements prévus en
Turquie dans les trois prochaines
années.

La tendance à l'investissement devrait se poursuivre : 70 % des entreprises interrogées prévoient d'investir au moins 1 million d'euros en Turquie au cours des trois prochaines années. Plus précisément, 35 % des entreprises interrogées s'attendent à investir au moins 10 millions d'euros d'ici 2027. 14 % de ces entreprises prévoient d'investir plus de 50 millions d'euros, et 7 % plus de 150 millions d'euros. Au total, ces perspectives représentent un total de plus de 5 milliards d'euros d'investissements prévus par les entreprises françaises et franco-turques d'ici 2027.

EXPORT

La majorité des entreprises françaises et franco-turques produisent des biens et des services non seulement pour la Turquie, mais aussi pour les marchés à l’export. Au sein des entreprises incluses dans l’enquête, 63 % exportent depuis la Turquie.

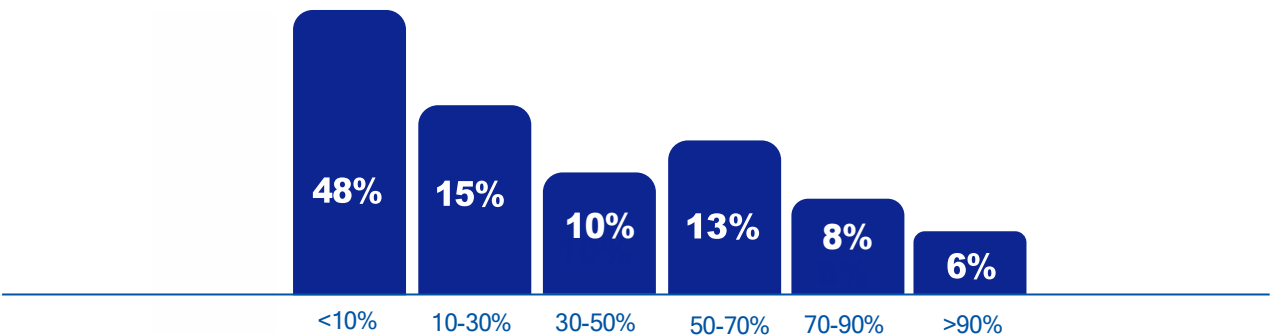
63 %

des entreprises interrogées exportent depuis la Turquie.

Les entreprises manufacturières représentent 57 % des exportateurs, suivies par les entreprises du secteur des services de transport et de stockage (12 %), et du secteur agricole (8 %).

En 2024, les exportations ont représenté 22 % du chiffre d’affaires total généré par les entreprises françaises et franco-turques opérant en Turquie, illustrant ainsi leur intégration active dans les flux commerciaux mondiaux.

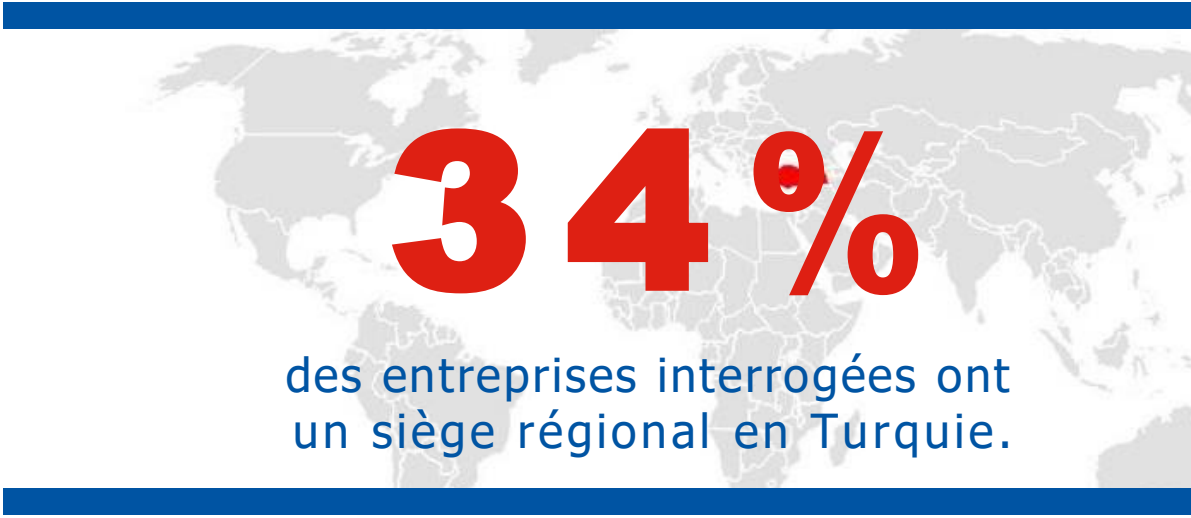
FIGURE 5: EXPORTATIONS EN PART DU CHIFFRE D’AFFAIRES EN 2024



Clé de lecture: 13% des entreprises interrogées génèrent entre 50 et 70 % de leur chiffre d’affaires grâce aux exportations.

SIÈGES REGIONAUX

Outre leurs activités d'exportation depuis la Turquie, de nombreuses entreprises françaises et franco-turques ont également choisi la Turquie comme base pour gérer leurs opérations commerciales dans d'autres pays. Elles tirent ainsi parti des compétences turques en matière de commerce extérieur et de gestion internationale, ainsi que de la position stratégique et de l'intégration de la Turquie dans la région.



34%

des entreprises interrogées ont
un siège régional en Turquie.

Parmi les entreprises incluses dans l'enquête, 34 % disposent d'un « hub » en Turquie, chargé de superviser leurs activités commerciales dans d'autres pays. La majorité de ces entreprises utilisent ce hub pour gérer leurs opérations au Moyen-Orient et dans les pays de la Communauté des États indépendants, suivis par les pays d'Europe de l'Est, d'Eurasie et d'Afrique du Nord.

R&D ET INNOVATION

La France se classe dix-septième mondiale en matière de recherche et développement (R&D) exprimée en part du PIB : les investissements en R&D représentaient 2,2 % du PIB français en 2022.

Cette culture d'engagement en faveur de la R&D a également été adoptée avec enthousiasme par les entreprises françaises et franco-turques privées en Turquie, dont les innovations ont généré une valeur ajoutée considérable pour l'économie turque.

Dans l'Indice mondial de l'innovation 2025, la Turquie se classe 43^e parmi les 139 économies évaluées et maintient sa position de 3^e parmi les 36 économies à revenu intermédiaire supérieur. Il est également à noter que la Turquie compte un pôle d'innovation parmi les meilleurs au monde, avec Istanbul classée 58^e. Ce pôle est reconnu pour ses forces dans divers secteurs, notamment la pharmacie et l'ingénierie.

Plus

700 Mn €

investis en R&D par des entreprises françaises et franco-turques en Turquie entre 2022 et 2024.

Parmi les entreprises françaises et franco-turques incluses dans l'enquête, 21 % ont investi plus de 3 % de leur chiffre d'affaires total dans des activités de R&D en Turquie entre 2022 et 2024, et 12 % ont investi plus de 5 %. Pour 3 % des entreprises, le niveau d'investissement en R&D a même dépassé 25 % de leur chiffre d'affaires.

Numérisation

Ces dernières années, la numérisation s'est imposée comme une priorité stratégique pour les entreprises françaises et franco-turques en Turquie, venant compléter leur engagement de longue date en faveur de la recherche, du développement et de l'innovation. En proposant des solutions numériques avancées aux professionnels et aux clients, elles améliorent l'efficacité, renforcent les chaînes de valeur, optimisent les processus décisionnels et répondent de manière plus efficace aux besoins évolutifs du marché turc.

Les études de cas suivantes illustrent comment le déploiement des technologies numériques, combiné à une expertise sectorielle, favorise la compétitivité, le partage des connaissances, la durabilité et une croissance inclusive.

INNOVATION



Numériser l'agriculture en Thrace

Lances Link, membre du Groupe De Sangosse depuis 2014, travaille activement à introduire des solutions intégrées et biologiques de gestion des cultures auprès des agriculteurs turcs, en particulier dans la région de Thrace. Depuis 2016, l'entreprise est un partenaire clé de la coopérative Önder Çiftçi, basée à Hayrabolu, une région connue pour ses sols fertiles et son agriculture intensive.

En 2017, l'agriculture en Thrace était encore très peu numérisée. Les tracteurs et équipements étaient principalement manuels ou mécaniques, avec une quasi-absence de systèmes automatisés. Les agriculteurs prenaient leurs décisions sur la base de leur intuition et de leur expérience, sans planification anticipée des intrants, de la production ou de la gestion des ressources. Cela entraînait des coûts élevés en énergie et en produits chimiques, ainsi que des rendements faibles.

Pour remédier à cette situation, Lances Link a développé des solutions numériques permettant de rendre les opérations agricoles plus rentables, mieux contrôlées, et gérées de manière plus consciente. Ces progrès ont été rendus possibles grâce à des innovations telles que l'analyse agricole par drones, les systèmes d'application contrôlée de fertilisants solides, la création d'une infrastructure de communication et d'un portail de données, ainsi que l'application en temps réel et à taux variable de fertilisants liquides, de défoliants et de régulateurs de croissance végétale.

Depuis 2020, environ 200 produits et systèmes ont été adoptés par plus de 120 agriculteurs et entreprises agricoles. Ces technologies ont permis des économies significatives, avec une réduction de 12 % des coûts des fertilisants, de 7 à 12 % des produits de protection des plantes et des régulateurs de croissance, et jusqu'à 5 % de la consommation d'énergie, ce qui représente une économie estimée à 200 dollars US par hectare. Elles ont également contribué à une augmentation des rendements de 7 à 12 %, à une amélioration de la qualité du travail, et à une réduction des émissions de CO₂ de 250 kg par saison de culture, tout en offrant des avantages environnementaux et pour la santé des sols.

Ces innovations s'inscrivent dans le concept de « culture suffisante et continue », partagé par Lances Link, Önder Çiftçi et Tekno Kurgu, qui met l'accent sur des objectifs écologiques et durables.

INNOVATION

*Ceva Animal Health***Révolutionner la consultation vétérinaire**

Depuis plus de 50 ans, Ceva Animal Health Turquie est un acteur majeur du marché pharmaceutique et vaccinal pour la santé animale en Turquie. Ceva propose une gamme de produits pour divers animaux, incluant des médicaments cliniques essentiels, des vaccins, des anti-infectieux, des solutions reproductives, des antiparasitaires et des compléments vitaminés et minéraux.

En 2020, Ceva Animal Health Turquie a lancé l'application CevAssist, marquant une avancée significative dans ses efforts de numérisation. Concrètement, CevAssist établit un lien exclusif, sécurisé et direct entre les praticiens vétérinaires et des experts issus des universités les plus réputées de Turquie. Les vétérinaires peuvent obtenir un soutien en temps réel de la part de ces experts, en partageant des questions, des vidéos et des images liées à leurs cas. Ces experts couvrent un large spectre de domaines spécialisés, notamment la gynécologie, la médecine interne et la parasitologie, assurant un soutien complet même pour les demandes spécifiques les plus complexes.

Cet accès direct à des connaissances spécialisées permet aux vétérinaires de prendre des décisions rapides et confiantes, et de développer collaborativement des protocoles de traitement optimaux, élevant ainsi le niveau de soins. Conçue spécifiquement pour le marché turc, CevAssist répond directement aux défis quotidiens rencontrés par les vétérinaires, en particulier ceux des zones rurales où l'accès immédiat à des connaissances spécialisées peut être crucial. De plus, cet outil aide non seulement les vétérinaires grâce à des informations spécialisées, mais contribue également à établir une carte précieuse des maladies à travers le pays.

Depuis son lancement, CevAssist est devenu une ressource inestimable pour la communauté vétérinaire turque. À ce jour, CevAssist a soutenu plus de 2 200 cas, ce qui démontre son adoption généralisée et son impact significatif sur les capacités de résolution de problèmes des vétérinaires à travers la Turquie, en les aidant à traiter aussi bien des demandes courantes que des défis diagnostiques complexes.

Cet engagement s'inscrit dans la philosophie #OneHealth de Ceva, qui tire parti de son expertise vétérinaire pour soutenir le bien-être.

INNOVATION

**Améliorer l'expérience client grâce aux technologies numériques**

Fondée en 2012, oBilet est une start-up turque pionnière qui a joué un rôle clé dans la numérisation du marché des bus dans la région en regroupant l'offre de plus de 500 opérateurs. Elle fournit également des services de distribution de données à des partenaires B2B et des logiciels d'infrastructure de billetterie aux opérateurs de bus.

En Turquie, les bus sont le moyen de transport intérieur le plus utilisé, devant les avions et les trains. oBilet a progressivement introduit plusieurs innovations numériques conçues pour moderniser le marché des bus tout en augmentant la rentabilité des entreprises et le confort des passagers.

En 2019, l'entreprise a introduit un modèle de tarification dynamique inspiré de l'industrie aérienne. En pratique, les prix des billets varient en fonction de la demande : les acheteurs précoces bénéficient de tarifs très attractifs, tandis que les périodes de forte demande (vacances, week-ends, bus complets) entraînent une augmentation progressive des prix. Ce système répond à deux besoins spécifiques du marché turc : d'une part, il permet aux voyageurs sensibles aux prix d'accéder à des options économiques en réservant tôt ; d'autre part, il aide les entreprises à optimiser l'occupation des bus et donc leur rentabilité. En rendant le mécanisme clair et basé uniquement sur l'intensité de la demande, oBilet a également amélioré la transparence et la confiance des utilisateurs.

Depuis 2024, oBilet utilise également l'intelligence artificielle et l'automatisation pour améliorer l'expérience client. Par exemple, l'analyse automatique des avis d'hôtels résume des centaines de commentaires en quelques lignes, organisés par thème (propreté, emplacement, service, rapport qualité-prix) et accompagnée d'une analyse de ton. Cela permet aux voyageurs de gagner du temps et de prendre des décisions plus éclairées. De même, le chatbot intelligent répond instantanément aux questions pratiques et guide les utilisateurs vers la réservation, rationalisant ainsi le processus d'achat.

Ces innovations génèrent des gains économiques mesurables tout en favorisant la durabilité et la résilience à long terme, et en garantissant que la croissance est réalisée en harmonie avec la préservation écologique.

Innovation industrielle

Pour répondre aux défis stratégiques de leurs partenaires publics et privés, les entreprises industrielles françaises et franco-turques développent de nouveaux produits et processus en Turquie. Elles ne considèrent plus la Turquie simplement comme un marché où déployer des technologies développées à l'étranger, mais comme un pôle pour le test, l'expérimentation puis le déploiement dans d'autres pays.

INNOVATION



Innover stratégiquement dans les systèmes de signalisation

Depuis les années 1950, Alstom joue un rôle clé dans le développement du secteur ferroviaire turc, en livrant des projets majeurs et en contribuant à la progression technologique de l'industrie. Commercialement, Alstom a fourni près de 1 000 unités de matériel roulant et réalisé près de 1 000 kilomètres de travaux de signalisation à travers la Turquie, témoignant de son engagement de longue date et de son excellence technique. Aujourd'hui, l'entreprise emploie environ 400 salariés basés à Istanbul, Ankara et dans sa nouvelle usine de composites à Bursa, renforçant ainsi son empreinte et ses capacités locales.

Le transport ferroviaire est actuellement un secteur hautement stratégique en Turquie : d'ici 2053, les autorités visent à faire passer le nombre de passagers ferroviaires annuels de 19 millions à 270 millions et à étendre le réseau de trains à grande vitesse de 8 à 52 provinces.

Dans ce contexte, Alstom a lancé l'un de ses investissements les plus stratégiques en Turquie : le Centre d'Ingénierie et de Technologie Alstom Turquie, inauguré le 8 mai 2023. Ce centre représente le premier investissement d'une entreprise ferroviaire mondiale en Turquie axé sur l'ingénierie de la signalisation. Le centre se spécialise dans les technologies de signalisation critiques pour les systèmes ferroviaires principaux comme pour les systèmes de transport urbain, pour des utilisations non seulement en Turquie, mais aussi dans des projets régionaux en Afrique, au Moyen-Orient et en Asie centrale.

Stratégiquement situé à Istanbul, une porte entre l'Asie et l'Europe, le centre répond aux besoins de transport actuels tout en favorisant le développement de talents locaux hautement qualifiés. Le centre, qui comptait 8 ingénieurs à ses débuts, emploie désormais 41 salariés, dont 29 % sont des femmes. D'ici mars 2026, le centre vise à employer 55 ingénieurs, renforçant ainsi la main-d'œuvre d'ingénierie de la Turquie et sa capacité de service régional.

Alstom développe également un Laboratoire d'Intégration et de Test des Systèmes de Signalisation au sein de l'installation. Ce laboratoire, dont le début des opérations est prévu en 2025, permettra des tests critiques des solutions de signalisation pour les systèmes de métro et de lignes principales, une première pour le secteur privé turc.

La Turquie est désignée comme l'Unité de Conception Leader pour plusieurs projets ferroviaires majeurs dans la région AMECA, une étape significative pour le Centre d'Ingénierie et de Technologie d'Istanbul. Cela marque un changement par rapport aux pratiques précédentes, où les bureaux européens d'Alstom occupaient généralement ce rôle.

Avec l'équipe et l'équipement en place, Alstom offrira des capacités de test de signalisation rapides et efficaces pour les projets locaux, accélérant les investissements ferroviaires et soutenant les objectifs de transport de la Turquie pour 2053.

INNOVATION

OYAK RENAULT
OTOMOBİL FABRİKALARI**Allier excellence industrielle, numérisation et efficacité**

Le parcours du Groupe Renault en Turquie a commencé en 1969 grâce à un partenariat stratégique avec OYAK. Depuis plus de 55 ans, cette collaboration s'est transformée en un pilier de la stratégie industrielle mondiale de Renault. Au cœur de cette présence se trouve le campus Oyak Renault à Bursa, une installation phare qui incarne l'ampleur, l'intégration et l'importance stratégique de l'entreprise. En tant que plus grand site de production de voitures particulières en Turquie, il dispose d'une capacité annuelle de production de 390 000 véhicules et s'étend sur 600 000 mètres carrés d'opérations entièrement intégrées.

Plus qu'une simple usine de fabrication, Oyak Renault est un hub multifonctionnel où convergent sous un même toit l'ingénierie, la recherche et le développement, les achats, la chaîne d'approvisionnement et d'autres fonctions critiques. Cette configuration unique permet une collaboration fluide, une agilité opérationnelle et une innovation continue, positionnant le site comme l'un des centres de production les plus avancés et polyvalents du Groupe dans le monde.

Depuis sa création, Oyak Renault a produit plus de 8 millions de véhicules, dont plus de 70 % ont été exportés vers plus de 50 pays. Cela positionne la Turquie comme un hub industriel vital à la croisée de l'Europe, du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. Avec une main-d'œuvre de plus de 5 500 employés, l'usine établit constamment des standards en matière de qualité, d'efficacité et de durabilité. Son système de production connecté et responsable sur le plan environnemental est alimenté par la transformation numérique, ce qui améliore la performance et la valeur à long terme.

En réflexion concrète de ce positionnement stratégique, les équipes d'Oyak Renault ont joué un rôle stratégique de la conception à l'industrialisation de la nouvelle génération de la Renault Clio. Dévoilée lors du salon IAA Mobility 2025 à Munich et désormais produite chez Oyak Renault, la Clio de sixième génération présente un nouveau design audacieux, des technologies avancées et le groupe motopropulseur hybride complet E-Tech de 160 chevaux. Elle offre des émissions record faibles (89 g CO₂/km), jusqu'à 40 % d'économies de carburant et une conduite électrique jusqu'à 80 % du temps en conditions urbaines. Ce moteur est produit par Oyak Horse, une entreprise partenaire située sur le même campus qu'Oyak Renault.

Avec sa main-d'œuvre qualifiée et engagée, l'usine continue de façonner l'avenir de la mobilité avec confiance.

Avec l'entrée en vigueur prévue en 2026 du Mécanisme d'Ajustement Carbone aux Frontières (MACF) de l'Union européenne, il est crucial pour les producteurs de ciment turcs, dont le secteur est particulièrement concerné par ce dispositif, de décarboner leur processus de production afin de rester compétitifs à l'exportation vers l'UE. Dans ce contexte, les entreprises françaises et franco-turques leur offrent des solutions innovantes pour décarboner leur production à différentes étapes.

INNOVATION



Réduire l'utilisation du charbon dans la production de ciment

Air Liquide est l'un des leaders mondiaux dans les gaz, technologies et services pour l'industrie et la santé. L'entreprise est présente en Turquie depuis 2008 et emploie désormais plus de 170 personnes dans le pays.

En juin 2024, l'entreprise a collaboré avec le fabricant de ciment Limak sur un essai industriel représentant une première mondiale : à l'usine de ciment Polatlı Ankara, de l'hydrogène a été injecté avec succès dans la tour de préchauffage, atteignant un taux de substitution thermique de 50 % à partir de combustibles alternatifs. C'est première fois que de l'hydrogène à faible émission de carbone est directement introduit dans l'entrée du précalcineur plutôt que dans le brûleur principal du four rotatif à ciment.

En extrapolant ces résultats à l'ensemble de l'usine, c'est-à-dire au four et au précalcineur au-delà de 2035, Air Liquide et Limak estiment qu'à grande échelle, cette nouvelle technologie permettrait une réduction substantielle des émissions de CO₂.

L'adoption de cette technologie dans ce projet phare à l'usine de ciment Ankara, lorsque l'application sera utilisée en permanence, réduirait les émissions de dioxyde de carbone (CO₂) annuelles de 180 000 tonnes rapport à l'utilisation du charbon.

L'utilisation du même mélange de combustibles à haute teneur biogénique dans toutes les usines de ciment Limak réduirait leurs émissions de CO₂ annuelles de 700 000 tonnes.

INNOVATION



Permettre aux fabricants de ciment de décarboner leur production

Saint-Gobain produit des produits chimiques innovants pour les fabricants de ciment par le biais de sa filiale Chryso. Chryso possède 4 usines en Turquie et fait partie du groupe Saint-Gobain depuis 2021.

Chryso propose à ses clients des additifs pour ciment innovants (EnviroAdd®, Opteva®, Taverro®, etc.) qui leur permettent de réduire l'utilisation de clinker, d'eau et d'énergie, et de produire moins de déchets. Grâce à ces additifs, les clients de Chryso peuvent réduire leurs émissions de CO₂ jusqu'à 11 %.

Depuis 2022, Chryso propose également à ses clients des solutions numériques (VERIFI®, EnviroMix®, etc.) pour leur permettre d'optimiser la composition du béton en comparant l'empreinte carbone de différentes formules, et d'activer différents leviers (ciments, granulats, modes de transport, etc.) afin d'identifier la formule la plus optimale. À ce jour, plus de 150 millions de mètres cubes de béton ont été fabriqués en utilisant ces solutions.

Saint-Gobain, par le biais de sa filiale Chryso, favorise ainsi la compétitivité et la capacité d'innovation de ses clients, tout en leur permettant de décarboner davantage.

Coopération avec les start-ups et les universités

En lien avec l'enjeu de la R&D, la collaboration entre le secteur privé, les start-ups et les institutions académiques est également devenue un moteur critique d'innovation et de croissance durable en Turquie. 52 % des entreprises que nous avons interrogées travaillent en partenariat avec un acteur de la recherche et/ou de l'innovation. En favorisant l'entrepreneuriat, en soutenant la recherche et en investissant dans les jeunes talents, les entreprises françaises et franco-turques contribuent à l'émergence d'un écosystème innovant. Ces partenariats encouragent le transfert de savoir-faire et de technologie dans le but d'accélérer la transformation numérique et d'ouvrir de nouvelles opportunités pour la Turquie.

Les exemples suivants illustrent comment cette coopération des entreprises françaises et franco-turques privées avec les start-ups et universités turques génère des perspectives de croissance.

COOPERATION

**TEB**

Soutenir les start-ups turques

TEB est l'une des principales banques de Turquie. Depuis 2005, elle a formé un partenariat stratégique avec BNP Paribas, qui détient des participations dans plusieurs de ses filiales.

TEB mène ses opérations de Startup Banking depuis 2013. En 2015, TEB a établi la TIM TEB Startup House pour fournir un soutien structuré aux start-ups dans l'écosystème entrepreneurial en croissance de la Turquie. Au cours de la dernière décennie, plus de 2 000 entrepreneurs ont été diplômés des programmes de TEB, avec une moyenne de 200 nouveaux participants chaque année.

TEB offre une variété de mécanismes de soutien pour les start-ups, notamment du mentorat, des services de conseil et un accès à des parties prenantes clés. Grâce à ses journées et ses événements de rencontre, TEB aide les entrepreneurs à rencontrer des investisseurs et des clients professionnels, y compris TEB, qui recherchent des solutions numériques. Les services de mentorat et de conseil de TEB guident les start-ups dans l'élaboration d'une feuille de route de croissance claire. Parallèlement, les journées de rencontre et les connexions professionnelles les aident à améliorer leur visibilité et à développer leur réseau.

Sur le plan financier, TEB compte actuellement plusieurs milliers d'entreprises clientes dans le segment Startup Banking. Ces entreprises sont principalement axées sur la technologie et l'innovation. Pour elles, TEB propose des politiques de crédit spéciales, des solutions financières adaptées à leur stade de développement et la « Carte Entrepreneur » — un produit bancaire conçu spécifiquement pour les start-ups. Ces outils fournissent une flexibilité financière et un soutien à travers différentes phases de croissance.

Ces efforts bénéficient à TEB de plusieurs manières. Tout d'abord, ils améliorent son image de marque et sa réputation dans l'espace de l'innovation. Plus important encore, ils permettent à TEB de s'engager avec des entreprises technologiques à fort potentiel à des stades précoces, les transformant en clients à long terme.

TEB Startup Banking a également participé à Vivatech — l'un des plus grands et des plus prestigieux événements technologiques et entrepreneuriaux d'Europe, qui se tient à Paris — en 2024 et 2025, accompagnant cinq start-ups sélectionnées chaque année. Au-delà de leur participation à Vivatech, TEB a aidé ses entrepreneurs à obtenir des informations sur l'écosystème des start-ups françaises, à rencontrer des fondateurs turcs basés en France et à se connecter avec des investisseurs mondiaux et des institutions clés telles que BPI France.

Grâce à ces initiatives, TEB devient l'une des premières institutions à adopter des technologies nouvelles et prometteuses, renforçant ainsi son rôle de précurseur dans le secteur financier.

Ces dernières années, la Turquie a démontré une forte tendance à la hausse en matière d'investissement dans les start-ups. En 2024, les investissements dans les start-ups turques se sont élevés à 1,1 milliard d'euros, ce qui positionne le pays 12e en Europe et 3e dans la région MOAN⁷, mettant ainsi en évidence la confiance des investisseurs dans l'écosystème entrepreneurial de la Turquie. Par ailleurs, la Turquie abrite des entreprises innovantes qui ont contribué à la création de la communauté French Tech Istanbul, un témoignage de l'intégration réussie de l'esprit entrepreneurial français avec le marché dynamique de la Turquie.

COOPERATION



Renforcer les liens avec les étudiants

Fondée en 1993 en tant que coentreprise entre Sabanci Holding et Carrefour, CarrefourSA a joué un rôle pionnier dans la transformation du secteur de la distribution en Turquie, introduisant pour la première fois le concept d'hypermarché dans le pays. Aujourd'hui, CarrefourSA exploite plus de 1 250 magasins dans 70 villes et emploie une main-d'œuvre de 15 000 personnes.

Dans le cadre de cette approche visionnaire, l'entreprise a lancé le Centre Technologique et d'Impact CarrefourSA en collaboration avec la Faculté de Technologie de l'Université de Kocaeli, dans le cadre de l'Initiative Jeunesse Sabanci, marquant le 100e anniversaire du Groupe Sabanci. Représentant un modèle d'investissement social durable pour les jeunes, CarrefourSA a choisi l'Université de Kocaeli pour son expertise en ingénierie et en technologie, son personnel académique qualifié et ses liens solides avec l'industrie. Le centre est fréquenté par les étudiants de premier cycle, de master et de doctorat, ainsi que par les jeunes entrepreneurs et chercheurs.

Dans le cadre du nouveau Centre Technologique et d'Impact, les jeunes se voient offrir une formation technique dans des domaines tels que l'intelligence artificielle, le big data, la RPA, l'ABAP, Python, la gestion de projet agile et l'utilisation des médias numériques. Les étudiants ont également l'opportunité de collaborer avec des professionnels de CarrefourSA et de développer des projets basés sur des scénarios commerciaux réels. Plus qu'un simple établissement éducatif, le centre fonctionne comme une plateforme où les jeunes peuvent donner vie à leurs idées créatives et se connecter avec l'industrie.

Cette collaboration, qui permet à CarrefourSA d'intégrer directement sa main-d'œuvre et son pipeline de talents avec l'université, offre à l'institution l'avantage de proposer aux étudiants des opportunités d'apprentissage pratique et d'immersion dans l'industrie. Lors de sa première année, le centre a déjà formé des centaines d'étudiants et est devenu un hub pour le développement de projets basés sur l'IA.

⁷ Startups.watch, Year in Review 2024 v1.2. Disponible à : <https://startups.watch/reports>

PARTIE III:

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Au cours des dernières années, l'intégration de la durabilité dans la stratégie d'entreprise est devenue une nécessité croissante, motivée par des réglementations plus strictes et des demandes sociétales croissantes. En particulier, les responsabilités environnementales et sociales sont désormais considérées non seulement comme des impératifs éthiques, mais aussi comme des leviers stratégiques pour la résilience, l'innovation et la compétitivité à long terme.

La France est restée à l'avant-garde des efforts ESG, promouvant activement des politiques climatiques ambitieuses et faisant avancer les normes de gouvernance sociale et environnementale, tant au niveau national qu'international. En Turquie, ces priorités gagnent également en importance, avec une prise de conscience croissante que le développement durable doit aller de pair avec le progrès du développement humain, y compris l'égalité des genres, l'éducation et l'accès à un emploi de qualité.

Les entreprises françaises et franco-turques ont adopté cette vision de la durabilité. Au-delà des engagements environnementaux, elles contribuent à promouvoir le développement durable en Turquie en abordant les questions sociales, en soutenant les communautés et en favorisant la diversité des genres.

Les idées à l'œuvre

Notre étude a montré que les entreprises françaises et franco-turques actives en Turquie ont abordé une large gamme de questions à travers leurs stratégies ESG, allant de la biodiversité, l'économie circulaire et la décarbonation à la diversité sur le lieu de travail, aux services de soutien à la santé et à l'engagement communautaire. Plus de la moitié (55 %) des entreprises interrogées ont abordé le développement durable dans le cadre de leur agenda ESG. En outre, 90 % des entreprises incluses dans l'étude ont rapporté qu'elles menaient des activités et des projets de RSE en Turquie.

Les témoignages des pages suivantes illustrent comment les entreprises françaises et franco-turques en Turquie remplissent leurs responsabilités grâce à des pratiques ESG robustes et à des activités de RSE, tout en ayant un impact positif sur le développement économique et social. Ces récits ne fournissent qu'un aperçu des contributions d'un nombre circonscrit d'entreprises françaises et franco-turques en Turquie. De nombreuses autres entreprises françaises et franco-turques contribuent activement au développement du pays grâce à leur engagement en faveur de principes ESG forts et durables et à leur participation à des activités de RSE en Turquie.

ENGAGEMENT SOCIAL

Les entreprises françaises et franco-turques s'engagent fortement à soutenir le développement social et humain en Turquie, à travers une large gamme d'initiatives et de programmes. Cet engagement a été particulièrement évident suite au tremblement de terre de 2023, lorsque les entreprises françaises et franco-turques ont immédiatement répondu à la demande d'assistance internationale de la Turquie. Ces actions ont été entreprises en parallèle de leurs programmes en cours dans les domaines de l'éducation, de l'inclusion et du développement local.

SOCIAL



Soutenir l'entrepreneuriat féminin dans un contexte de crise

Servier est un groupe pharmaceutique mondial gouverné par une fondation à but non lucratif, engagé à avoir un impact social significatif pour les patients et à contribuer à un monde durable. En Turquie, Servier İlaç a une empreinte très forte dans les soins primaires, notamment dans le diabète et la cardiologie, avec des médicaments de premier plan contre l'hypertension, les maladies coronariennes, l'insuffisance cardiaque et l'insuffisance veineuse chronique.

Suite au tremblement de terre centré à Kahramanmaraş le 6 février 2023, Servier a suivi la situation de très près dès le début. La priorité de Servier était d'assurer la sécurité de ses employés et de leurs familles affectées par le tremblement de terre. En collaboration avec des organisations officielles et civiles, Servier a fait don de médicaments et a soutenu les besoins primaires des victimes grâce à un fonds créé avec les contributions volontaires de ses employés.

Servier s'est rapidement concentré sur la reconstruction à long terme, souvent négligée après la phase de crise. Dans la période qui a suivi, l'entité française de Servier, Mécénat Servier, qui s'engage activement dans des projets de responsabilité sociale, a établi un fonds de secours de 500 000 euros pour soutenir les besoins dans la région. Avec ce fonds, l'entreprise a facilité la construction d'un Centre Communautaire à Kahramanmaraş en collaboration avec İhtiyaç Haritası. En janvier 2025, il a été décidé que le centre inauguré par Servier deviendrait un centre de soutien pour les femmes entrepreneures et propriétaires d'entreprise, sous le nom de Centre de Développement Personnel (KİGEM).

Le Centre Communautaire est conçu pour soutenir les entreprises établies par des femmes entrepreneures visant à rejoindre le monde des affaires. Il fournit une formation, des services de conseil et de mentorat nécessaires aux femmes entrepreneures. De plus, des employés bénévoles offrent une formation aux femmes entrepreneures dans des domaines tels que la finance, la visibilité sur les réseaux sociaux, les réglementations fiscales, les techniques de négociation, les techniques de vente, la sélection des employés et la sensibilisation.

Le centre abrite un total de 28 ateliers, dont 14 sont alloués aux femmes entrepreneures, ainsi que des bureaux administratifs, une salle polyvalente et des zones de soutien socio-psychologique. Le projet soutient près de 200 femmes (100 personnes, y compris des employés, qui travaillent dans 14 ateliers entrepreneuriaux, et 100 femmes recevant un soutien éducatif).

SOCIAL

**Construire l'inclusion sociale au-delà des infrastructures physiques**

En tant qu'investisseur et gestionnaire d'actifs français dans les infrastructures, avec une présence établie et active en Turquie depuis 2012, Meridiam a joué un rôle significatif dans le développement d'un système de santé publique de haute qualité. Meridiam a investi dans cinq hôpitaux modernes et innovants situés à Adana, Bursa, Elazığ, Gaziantep et Yozgat. Chaque hôpital, conçu dans une optique de résistance sismique avancée, d'efficacité énergétique et de durabilité environnementale, propose une offre de soins complète en un seul lieu. Avec une capacité totale de plus de 6 200 lits, ces établissements desservent environ 8,5 millions de personnes à travers la Turquie.

Conformément à la mission de Meridiam de générer un impact au-delà des infrastructures physiques, chacun de ces hôpitaux intègre des objectifs sociaux et environnementaux ambitieux. Les hôpitaux offrent des programmes complets de sensibilisation à la violence sexiste, ciblant à la fois le personnel et les visiteurs, tandis que la création d'unités d'accouchement dans l'eau reflète une approche inclusive et centrée sur le patient pour les soins maternels. Afin de promouvoir la santé et la sécurité au travail, l'hôpital de Bursa a rénové son centre de conférence médicale et introduit des outils dédiés.

Meridiam s'engage également à créer un impact à long terme grâce à des initiatives centrées sur la communauté qui favorisent l'inclusion, l'innovation et la durabilité. Dans ce contexte, Meridiam, par le biais du Fonds de Dotation Meridiam, a soutenu le programme d'éducation aux technologies créatives « Píksel », mis en œuvre par la Fondation Turquie de l'Informatique (TBV). Cette initiative a été menée à Gaziantep entre juillet et août 2024. Le programme a été conçu pour autonomiser les jeunes étudiants universitaires, en particulier les femmes affectées par le tremblement de terre de 2023 dans le sud de la Turquie, en développant leurs compétences créatives et technologiques, cruciales à l'ère du numérique. Au total, 18 étudiants universitaires ont participé au programme.

Ce projet a illustré la conviction de Meridiam que les investissements dans les infrastructures doivent aller de pair avec l'inclusion sociale et l'autonomisation des communautés. Il a également démontré comment Meridiam, en tant qu'acteur français, peut jouer un rôle constructif et visible dans la promotion de la coopération franco-turque, en renforçant les liens locaux et en faisant avancer des valeurs communes d'équité, d'éducation et de croissance durable.

Certaines entreprises françaises et franco-turques opérant en Turquie s'engagent également dans des questions sociales en abordant les défis de santé publique. Elles utilisent leur expertise ainsi que leurs capacités industrielles et de communication pour adresser ces enjeux nationaux et créer un avenir plus sain pour la population turque. Leurs efforts se concentrent sur l'amélioration du bien-être de la population en sensibilisant, en fournissant des ressources et en favorisant des solutions de santé à long terme.

SOCIAL



Lutter contre le diabète à l'école

Sanofi Turquie soutient le programme « Diabète à l'École » depuis son lancement en novembre 2010, dans le cadre du Programme National de Contrôle du Diabète du Ministère de la Santé. Cette initiative est mise en œuvre en partenariat avec le Ministère de l'Éducation Nationale, le Ministère de la Santé, la Société Turque de Pédiatrie, d'Endocrinologie et de Diabète, et avec le soutien inconditionnel de Sanofi Turquie. En Turquie, plus de 20 000 enfants en âge d'aller à l'école vivent avec un diabète de type 1. Leur traitement nécessite des mesures fréquentes de la glycémie, 6 à 10 fois par jour, ou une surveillance continue, suivie de multiples injections quotidiennes d'insuline ou d'une thérapie par pompe.

Le programme vise à sensibiliser aux symptômes du diabète de type 1, à soutenir le diagnostic précoce et à améliorer les soins du diabète dans les écoles. Il se concentre sur l'éducation des enseignants, du personnel scolaire, des élèves et des parents sur les symptômes et la gestion du diabète de type 1.

Depuis 2011, Sanofi Turquie a contribué à la réussite et à la continuité du programme en soutenant sa coordination, en fournissant des ressources éducatives et en aidant à amplifier sa portée nationale. Cela inclut le soutien à des conférences de formation nationales majeures à destination des professionnels de santé, des enseignants et des parents ; la mise en œuvre de campagnes de sensibilisation à grande échelle telles que des annonces diffusées sur les chaînes de télévision nationales ; enfin, la facilitation de la collaboration avec les autorités provinciales. Sanofi a également soutenu le développement et la distribution de supports éducatifs utilisés dans tout le pays.

En 2022, avec le soutien continu de Sanofi, la plateforme d'éducation en ligne « Diabète à l'École » a été lancée et pleinement intégrée comme un module obligatoire sur le système officiel d'apprentissage des enseignants du Ministère de l'Éducation. Conçue pour fournir une certification pour le personnel scolaire et des informations pratiques sur la gestion de la maladie pour les parents, la plateforme a enregistré près de 500 000 visites à ce jour, avec 68 000 enseignants inscrits et 57 000 certifications délivrées suite à plus de 170 000 évaluations en ligne.

L'une des réalisations clés du programme est sa portée étendue. À ce jour, il a impliqué plus de 60 000 écoles et atteint 7,5 millions d'élèves, 585 000 enseignants et 580 000 parents. Il a également contribué à des changements réglementaires pour les cantines et à des examens scolaires aménagés pour les enfants diabétiques.

Aujourd'hui dans sa 15e année, le programme continue de sensibiliser et d'améliorer la qualité de vie des enfants diabétiques, renforçant l'engagement de Sanofi à soutenir une gestion efficace de la maladie et à améliorer la vie des gens.

ÉGALITÉ DES GENRES

En Turquie, où seulement 19 % des managers sont des femmes, les entreprises françaises et franco-turques s’engagent en faveur de l’égalité des genres en nommant des femmes à des postes de cadre et en promouvant le leadership féminin. Elles soutiennent également des initiatives qui aident les jeunes filles à choisir leur parcours académique et à réaliser leurs ambitions.

Ainsi, les chiffres d’emploi des entreprises étudiées révèlent un engagement en faveur de la diversité et de l’égalité des genres, ce qui a un impact positif sur le développement économique et social. Ainsi, dans 45 % des entreprises interrogées, les employées féminines représentaient au moins 40 % de la main-d’œuvre. Dans 11 % des entreprises, elles représentaient plus de 60 %.

EGALITE DES GENRES



Renforcer le leadership féminin

Pluxee Turquie, leader dans les avantages et l’engagement des employés, réaffirme son engagement en faveur d’une entreprise responsable en faisant de l’égalité des genres et de l’autonomisation des femmes une priorité stratégique, non pas en tant qu’effort périphérique, mais comme une partie centrale de son fonctionnement et de sa croissance.

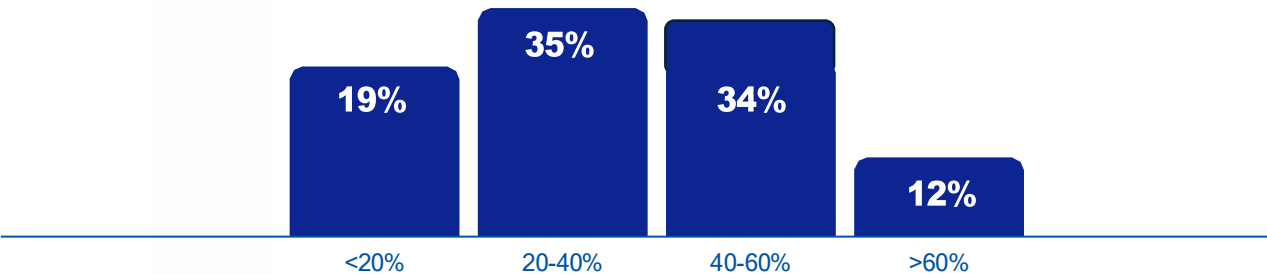
L’égalité des genres est une pierre angulaire de la stratégie d’impact social de Pluxee Turquie. L’entreprise considère la diversité à la fois comme une responsabilité sociale et une force compétitive, favorisant l’innovation, la résilience et de meilleurs résultats commerciaux. Avec 56 % des rôles de leadership occupés par des femmes, contre 33 % trois ans auparavant, Pluxee Turquie dépasse les moyennes nationales et sectorielles, ce qui résulte d’un effort soutenu pour construire une culture de lieu de travail inclusif.

Conscient du fossé entre les genres dans le domaine de la technologie, Pluxee Turquie a également donné la priorité à l’augmentation de la représentation féminine dans ses rôles scientifiques et techniques. Au cours des deux dernières années, l’entreprise a augmenté la proportion de femmes dans les rôles informatiques de 40 %, atteignant 20 % au total, bien au-dessus de la moyenne nationale de la Turquie de 9,9 %. Pluxee Turquie vise à porter ce ratio à au moins 25 % au cours des deux prochaines années, dans le cadre de sa stratégie plus large visant à rendre les carrières technologiques plus accessibles et inclusives pour les femmes.

Pour amplifier son impact au-delà de l’organisation, Pluxee Turquie a formé un partenariat depuis mai 2025 avec TurkishWIN, le premier réseau mondial de femmes leaders en Turquie, pour soutenir l’initiative Million Women Mentors (MWM). MWM vise à encourager davantage de femmes et de filles à explorer et à persévérer dans les domaines STEM en tirant parti de la puissance du mentorat. Pluxee Turquie contribue à cet objectif mondial, atteindre un million de filles sur dix ans, en mobilisant ses propres employés : un employé de Pluxee sur cinq en Turquie s’est porté volontaire comme mentor.

Cet effort met en évidence la manière dont l’entreprise lie l’action locale à un but mondial, traduisant les valeurs en résultats mesurables. Grâce à des initiatives comme MWM, Pluxee Turquie aide à façonner une main-d’œuvre plus inclusive et permet la mobilité sociale par l’éducation, le mentorat et le bien-être. Pluxee Turquie s’engage à mener des initiatives impactantes qui favorisent une main-d’œuvre plus inclusive, où chaque voix est valorisée et entendue.

FIGURE 6: EMPLOYÉES FÉMININES EN PROPORTION DES EMPLOYÉS TOTAUX



Clé de lecture : Dans 34 % des entreprises interrogées, les femmes représentent entre 40 et 60 % des employés.

DÉCARBONATION

Depuis son introduction à la fin de 2019, le Pacte vert européen a façonné l'approche stratégique de l'Union européenne en matière de politique environnementale, établissant une feuille de route complète vers la neutralité climatique d'ici 2050.

Entre 2020 et 2024, cette ambition a été consolidée par l'adoption de la Loi européenne sur le climat, qui engage juridiquement l'Union européenne à réduire les émissions de gaz à effet de serre d'au moins 55 % d'ici 2030 par rapport aux niveaux de 1990. Ce cadre a été renforcé par le paquet « Fit for 55 », un ensemble étendu de mesures législatives conçues pour aligner les secteurs de l'énergie, des transports, de l'industrie et du bâtiment avec la voie de décarbonation de l'Union. Des instruments financiers significatifs ont accompagné cette transition, notamment le Fonds pour l'innovation, visant à accélérer le déploiement de technologies low-carbon de rupture, et le Fonds social pour le climat, établi pour soutenir les ménages et les communautés dans l'adaptation aux impacts socio-économiques de la transition verte.

La France est pleinement engagée dans cette initiative. Elle a été le premier pays à imposer aux investisseurs de rendre compte de l'intégration ESG et des émissions de gaz à effet de serre. En 2020, la France a adopté un nouvel ensemble d'objectifs contraignants qui obligeaient les investisseurs à déclarer la « teneur verte » de leurs actifs et à fixer des objectifs d'émissions de gaz à effet de serre tous les cinq ans. La France vise à atteindre la neutralité carbone d'ici 2050.

En parallèle, le cadre réglementaire de la Turquie s'est de plus en plus aligné sur celui de l'Union européenne, en particulier par l'introduction de son propre Ratio d'actifs verts (GAR), qui reprend la taxonomie de l'UE en fixant des exigences plus strictes.

Notre étude a montré qu'au moins 55 % des entreprises françaises et franco-turques en Turquie ont entrepris des projets dans le domaine du développement durable.

DECARBONATION

**Fournir des solutions intégrées de gestion des déchets et d'énergie**

Veolia opère en Turquie depuis 2011, se concentrant sur la gestion durable des déchets, la récupération d'énergie et les services environnementaux. Avec plus de 350 employés et une forte présence locale, Veolia Turquie gère actuellement deux projets phares à Çanakkale et à İstanbul, contribuant directement aux stratégies de zéro déchet et de décarbonation de la Turquie.

La gestion des déchets reste un défi urgent en Turquie. Environ 30 millions de tonnes de déchets solides municipaux sont générées annuellement, ce qui est comparable à la France, mais seulement environ 27 % de ces déchets sont recyclés. La Turquie s'est fixée un objectif national ambitieux de porter le taux de recyclage à 60 % d'ici 2035.

À Çanakkale, Veolia exploite une concession de gestion intégrée des déchets solides de 29 ans, signée en 2019 avec ÇAKAB, une union municipale. Couvrant une population de 230 000 habitants, le projet englobe toute la chaîne de gestion des déchets : collecte des déchets municipaux et recyclables, traitement mécanique-biologique, production de RDF (combustible alternatif décarboné), production d'électricité à base de biogaz, traitement des lixiviats et stérilisation des déchets cliniques. Les éléments innovants incluent un système de collecte dual et une installation de gaz de décharge produisant 15 000 MWh/an d'électricité renouvelable. Le système traite 90 000 tonnes de déchets municipaux et récupère 30 000 tonnes de matériaux annuellement, dont 15 000 tonnes de RDF. La production d'énergie renouvelable fournit des économies de carbone certifiées de 30 000 tonnes par an.

À İstanbul, Veolia exploite la première usine de valorisation énergétique des déchets de Turquie et la plus grande d'Europe dans le cadre d'un contrat d'exploitation et de maintenance de 3 ans avec İSTAÇ, une filiale de la Municipalité métropolitaine d'Istanbul. L'installation incinère 1 million de tonnes de déchets municipaux annuellement, générant 560 000 MWh d'électricité, suffisamment pour alimenter 1,4 million de personnes, tout en réduisant de 1,38 million de tonnes les émissions de CO₂ chaque année.

Les deux projets reflètent le modèle de Veolia consistant à adapter des technologies mondiales éprouvées aux besoins locaux. Grâce à des partenariats à long terme avec les autorités locales et des initiatives de renforcement des capacités, Veolia soutient non seulement la durabilité environnementale mais promeut également le savoir-faire technique et l'impact social.

DECARBONATION

**Améliorer la durabilité à Manisa**

Daussan, opérant dans les villes de Manisa en Turquie et de Woippy dans l'est de la France, est un expert dans le domaine des matériaux réfractaires. Daussan prend des mesures significatives pour réduire son empreinte carbone, conformément à l'engagement à long terme de l'entreprise en faveur de pratiques industrielles durables.

Cette année, l'une des décisions majeures de Daussan dans cette direction a été de commencer à remplacer tous ses chariots élévateurs diesel par des chariots électriques. Le premier chariot élévateur électrique a remplacé un chariot diésel, au début de 2025 à Daussan Manisa, et fonctionne avec succès depuis lors. Les observations ont indiqué que sa performance au travail est aussi bonne que prévue et que la qualité de l'air dans la zone où ce chariot élévateur est utilisé s'est améliorée. Ainsi, Daussan a décidé de poursuivre cette initiative en remplaçant tous ses chariots élévateurs diesel sur le site de Manisa par des chariots électriques, à partir de la fin de 2025. Cette transition réduira significativement les émissions du site et améliorera la qualité de l'air au sein de l'environnement de l'usine.

De plus, Daussan a déjà installé des analyseurs d'énergie avancés sur son site de production. Ces systèmes aident à surveiller la consommation d'électricité en temps réel. Avec ce système, Daussan est en mesure d'identifier les étapes de production les plus énergivores et de prendre les mesures nécessaires pour réduire les utilisations inutiles d'énergie. Daussan modifie également ses lignes de production en fonction des données énergétiques et les améliore afin d'utiliser moins d'énergie.

La prochaine étape de Daussan sera d'installer des panneaux solaires pour son usine de Manisa. Une fois ce système activé, il permettra à Daussan de réduire la nécessité d'utiliser des sources d'énergie fossiles et lui donnera l'opportunité d'utiliser une énergie totalement propre et renouvelable pour environ 35 à 40 % de ses opérations. L'objectif est de mettre en œuvre ce système au cours de 2026.

ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET BIODIVERSITÉ

Le plan d'action « Green Deal for Europe » vise à optimiser l'utilisation des ressources en passant à une économie circulaire propre, à restaurer la biodiversité et à réduire la pollution. Dans le cadre du Green Deal, en 2020, l'Union européenne a adopté le Plan d'action pour l'économie circulaire, visant à améliorer le taux de réutilisation des produits, ainsi que la Stratégie pour la biodiversité à l'horizon 2030. La France est également engagée sur les questions de biodiversité, ayant accueilli la troisième Conférence des Nations Unies sur les océans en juin 2025, avec pour objectif d'établir des zones marines protégées dans les eaux internationales.

La question du recyclage des déchets et de la seconde vie des objets est particulièrement importante en Turquie : le pays vise à augmenter son taux de recyclage des déchets de 27 % à 60 % d'ici 2035. En conséquence, les entreprises françaises et franco-turques prennent des initiatives pour réduire leur production de déchets, donner une seconde vie à leurs produits, protéger la biodiversité et réutiliser les déchets végétaux.

ECONOMIE CIRCULAIRE ET BIODIVERSITE



Prolonger la vie des articles de sport

Les activités de Decathlon Turquie adoptent une approche holistique de la durabilité, axée sur les personnes, l'environnement et la création de valeur. Decathlon Turquie met en œuvre des programmes spécifiques d'économie circulaire, très pertinents pour le marché turc en raison de ses dynamiques économiques et socio-culturelles. En effet, les incertitudes économiques et l'inflation poussent les consommateurs vers des solutions économiques, tandis que la sensibilité environnementale croissante de l'opinion publique soutient cette tendance.

Depuis 2010, Decathlon Turquie propose son service Workshop dans chaque magasin. Ce service consiste en un remplacement de pièces détachées, une réparation, un ajustement et une rénovation, effectués pour maintenir ou prolonger la durée de vie et la performance d'un produit au même niveau qu'un produit neuf.

En 2024, Decathlon Turquie a mis en œuvre deux initiatives, « Buyback » et « 2nd life », dans 10 magasins, avec pour objectif de les déployer à l'échelle nationale en 2026.

Dans le cadre de l'initiative Buyback, Decathlon rachète des équipements sportifs à ses clients en offrant des cartes-cadeaux/bons d'achat. Les produits sont récupérés, réparés et entretenus par des experts, puis proposés à de nouveaux clients avec une garantie, offrant une alternative circulaire, comme neuve, à l'achat d'articles neufs.

Le projet 2nd life vise à proposer des produits entièrement fonctionnels, qui ne peuvent pas être vendus comme « neufs » en raison de légers défauts, à des passionnés de sport. Cette initiative cherche à réduire l'impact environnemental en évitant une production supplémentaire tout en créant des avantages économiques pour Decathlon et ses clients.

ECONOMIE CIRCULAIRE ET
BIODIVERSITE**Donner une seconde vie aux déchets : lutter contre le gaspillage alimentaire dans les aéroports turcs**

En tant que filiale de TAV Airports (membre du Groupe ADP), BTA exploite plus de 200 points de vente de nourriture et de boissons dans 16 aéroports à travers 8 pays. L'entreprise intègre l'économie circulaire dans sa stratégie de durabilité en abordant le gaspillage alimentaire, un défi majeur en Turquie.

Grâce à son initiative GrainCycle et à son partenariat avec Wastespresso, BTA aborde deux défis majeurs auxquels est confrontée l'industrie de la restauration : le gaspillage alimentaire et la dépendance au plastique. En Turquie, les données montrent qu'environ 4,9 millions de miches de pain sont gaspillées chaque jour, et de nombreux restaurants ont des difficultés à trouver des alternatives viables aux articles en plastique à usage unique.

Pour relever ce défi, BTA collecte le pain et les déchets à base d'amidon en surplus et les recycle en couverts biodégradables et alternatifs au plastique, grâce à un processus innovant développé par la start-up turque Plastic Move. En collaboration avec cette start-up, le projet a transformé plus de 3 tonnes de déchets alimentaires en 820 000 fourchettes et cuillères compostables.

BTA collabore également avec la start-up turque Wastespresso pour collecter les marc de café utilisés dans les cafés et les recycler en pailles durables et en gobelets de voyage réutilisables, qui sont proposés à la vente pour sensibiliser et réduire la consommation de plastique à usage unique. Jusqu'à présent, plus de 6 tonnes de déchets de café ont été recyclés grâce à cette initiative, aidant à prévenir les émissions qui auraient autrement résulté de l'élimination en décharge.

GrainCycle et le partenariat avec Wastespresso réduisent non seulement la perte alimentaire et l'utilisation du plastique, mais promeuvent également une consommation responsable et mettent en avant des solutions circulaires innovantes au sein de l'industrie de la restauration.

PARTIE IV:

MÉTHODOLOGIE

Collecte des données et chronologie

Le rapport est principalement basé sur une analyse des données collectées auprès des entreprises françaises et franco-turques opérant en Turquie par Junior ESSEC Consulting, en collaboration avec le Comité Turquie du CCEF, entre le 18 février 2025 et le 6 mai 2025.

L'année de référence principale pour l'enquête était 2024, et des comparaisons sont faites avec 2022 afin de mettre en évidence les tendances sur une période de trois ans, une période marquée par l'impact des années COVID ainsi que la reprise et le rebond économiques ultérieurs. Ce cadre temporel permet une compréhension complète de l'impact à moyen terme de la pandémie sur les entreprises françaises et franco-turques opérant en Turquie, ainsi que de leur capacité à rebondir et à contribuer à la reprise économique du pays.

Profil des entreprises interrogées

Les entreprises incluses dans l'étude étaient toutes des entreprises avec au moins un employé en Turquie et qui étaient soit :

- initialement établies en France et ensuite établies comme une entité en Turquie sous le Code commercial turc ; ou
- initialement établies en Turquie et ensuite acquises par ou fusionnées avec une entreprise initialement établie en France ; ou
- établies par un partenariat franco-turc, c.a.d. un partenariat d'entités établies séparément en France et en Turquie, avec la partie française ayant le contrôle ou le co-contrôle de l'entreprise.

Enquête

L'enquête a généré des données sur les profils et les activités des entreprises, y compris leurs secteurs d'activité, leurs investissements, leur engagement dans le commerce international, leurs niveaux d'emploi, leurs activités de responsabilité sociale des entreprises et leurs politiques environnementales, sociales et de gouvernance.

Valeur ajoutée brute

La valeur ajoutée brute (VAB) est un indicateur économique qui mesure la contribution apportée à une économie par un producteur, une industrie, un secteur ou une région individuelle. Il s'agit d'une évaluation quantitative de la valeur des biens et services produits moins le coût des intrants et des matériaux utilisés dans le processus de production. Dans les comptes nationaux, le produit intérieur brut (PIB) est le principal indicateur résumé de l'activité économique. Le PIB peut être déterminé par trois approches différentes, les approches de la production, du revenu et des dépenses. Dans l'approche de la production, le PIB est considéré comme la somme de la VAB créée par la production de biens et de services dans les secteurs individuels de l'économie, ajustée pour les subventions et les taxes sur les produits.

Dans notre analyse, nous avons défini l'impact économique des entreprises comme leur contribution à la VAB totale de la Turquie, soit encore leur contribution au PIB de la Turquie. Cela a été calculé par la méthode de la productivité du travail.

La productivité du travail est définie comme le volume de VAB produit par unité d'intrant de travail. La méthode de la productivité du travail fournit une estimation raisonnable de la contribution des entreprises à la VAB et ne nécessite pas une modélisation plus approfondie ou ne dépend pas d'informations que les entreprises peuvent être incapables de divulguer pour des raisons de conformité et de confidentialité. Les impacts indirects et induits (expliqués dans la section suivante) ont été estimés sur la base des impacts économiques et d'emploi directs.

Impact

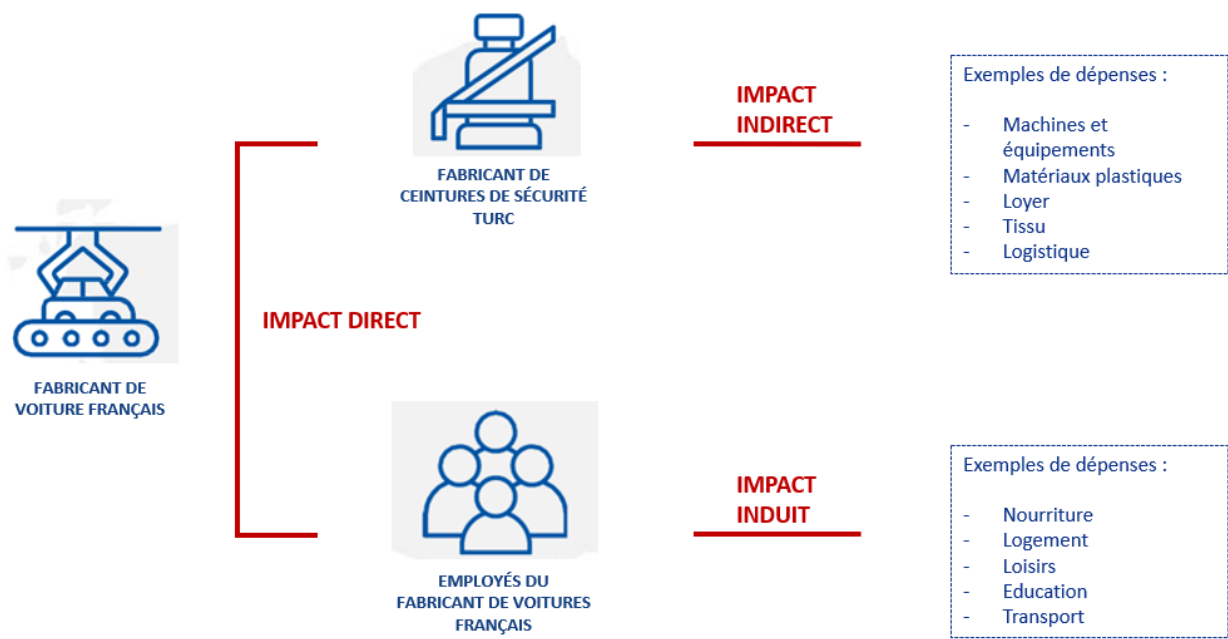
L'impact des entreprises françaises et franco-turques sur l'économie turque a été analysé à trois niveaux : direct, indirect et induit. Aller au-delà de l'intrant économique direct initial des entreprises étudiées nous a permis d'illustrer leur contribution globale à l'économie turque, qui est bien supérieure à leur impact direct.

L'impact direct correspond aux dépenses que les entreprises françaises et franco-turques en Turquie effectuent, et à l'emploi et la valeur ajoutée qu'elles créent grâce à leurs propres opérations.

L'impact indirect inclut l'activité économique et l'emploi supplémentaires générés par les achats business-to-business effectués le long des chaînes d'approvisionnement des entreprises en question.

L'impact induit prend en compte la valeur qui découle des dépenses des ménages des employés des entreprises françaises et franco-turques en Turquie.

FIGURE 7: TROIS TYPES D'IMPACT



Un fabricant de voiture français établi en Turquie achète des ceintures de sécurité à un fabricant turc et crée de la valeur ajoutée et de l'emploi. Ce sont des exemples **d'impact direct** de l'entreprise sur l'économie.

Le fabricant de ceintures de sécurité turc achète à son tour à des fournisseurs, et crée de l'emploi et de la valeur ajoutée. Ce sont des exemples **d'impact indirect** du fabricant français sur l'économie.

Les employés du fabricant français dépensent leurs salaires dans différents postes, ce qui contribue à créer de la valeur et de l'emploi. Ces dépenses constituent **l'impact induit** du fabricant français.

Afin d'estimer l'impact indirect des entreprises analysées sur la valeur ajoutée brute et l'emploi, nous avons utilisé le cadre d'analyse des entrées-sorties, et plus spécifiquement la matrice inverse de Leontief, une technique de modélisation économique fréquemment utilisée qui prend en compte les interdépendances directes et indirectes entre les différents secteurs d'une économie. Nous avons utilisé le tableau des entrées-sorties compilé par l'Institut statistique turc pour l'économie de la Turquie afin d'estimer les contributions indirectes des entreprises françaises et franco-turques dans l'économie turque. De cette manière, nous avons pu atteindre une estimation plus précise de l'étendue de leur impact combiné.

Pour l'impact induit des entreprises analysées, nous nous sommes appuyés sur des données concernant les salaires en Turquie, les différences entre les salaires dans les entreprises turques et étrangères, et la structure de consommation des ménages dans le pays. Toutes ces données ont été récupérées sur le site de l'Institut statistique turc. Nous avons également utilisé la matrice inverse de Leontief afin de prendre en compte les effets indirects de la consommation des employés des entreprises françaises et franco-turques.

Portée des résultats

Les résultats dérivés des données d'enquête qui sont données pour les entreprises françaises et franco-turques dans ce rapport sont les chiffres réels obtenus pendant l'étude. Les entreprises enquêtées ne constituent qu'une partie du total. Cependant, nous n'avons fait aucune tentative d'extrapoler nos résultats à l'ensemble de ces entreprises.

Pour cette raison, les contributions réelles des entreprises françaises et franco-turques en Turquie, qu'il s'agisse de VAB, d'emploi, d'investissement ou de tout autre paramètre, sont sans aucun doute supérieures à celles citées dans le rapport. Néanmoins, étant donné la grande base de répondants, nos données fournissent une indication utile des modèles et des tendances dans le temps pour compléter nos résultats qualitatifs.



APPENDICE: CONTRIBUTIONS DANS CERTAINS SECTEURS



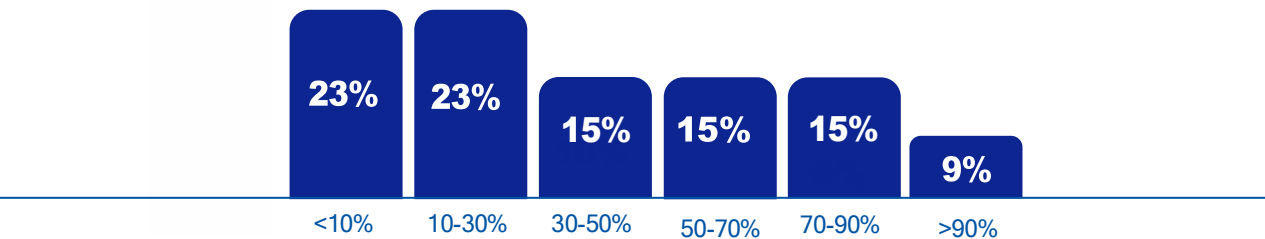
AUTOMOBILE

Dix-sept entreprises françaises ou franco-turques opérant dans le secteur automobile ont répondu à l'enquête, y compris le fabricant Oyak Renault qui a commencé à opérer dans le pays en 1969. Tous secteurs confondus, Oyak Renault est la septième plus grande entreprise industrielle en Turquie en termes de chiffre d'affaires et le quatrième plus grand exportateur, avec 70 % de sa production vendue à l'étranger.⁸

Secteur principalement composé de grandes entreprises (65 %), une grande partie (82 %) fonctionne selon un modèle B2B. Avec près de 13 000 employés directs, les entreprises françaises et franco-turques du secteur automobile en Turquie ont généré au moins 9 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2024, contre au moins 7 milliards d'euros en 2022, soit une augmentation de 29 % en deux ans.

Le secteur est aussi solidement ancré dans la production industrielle du pays que dans ses exportations. En fait, 80 % des entreprises ont au moins une installation de production en Turquie et 41 % des entreprises françaises et franco-turques dans ce domaine déclarent qu'elles exportent directement plus de 40 % de leur chiffre d'affaires.

FIGURE 8: EXPORTATIONS EN PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES DANS LES ENTREPRISES DU SECTEUR AUTOMOBILE EN 2024

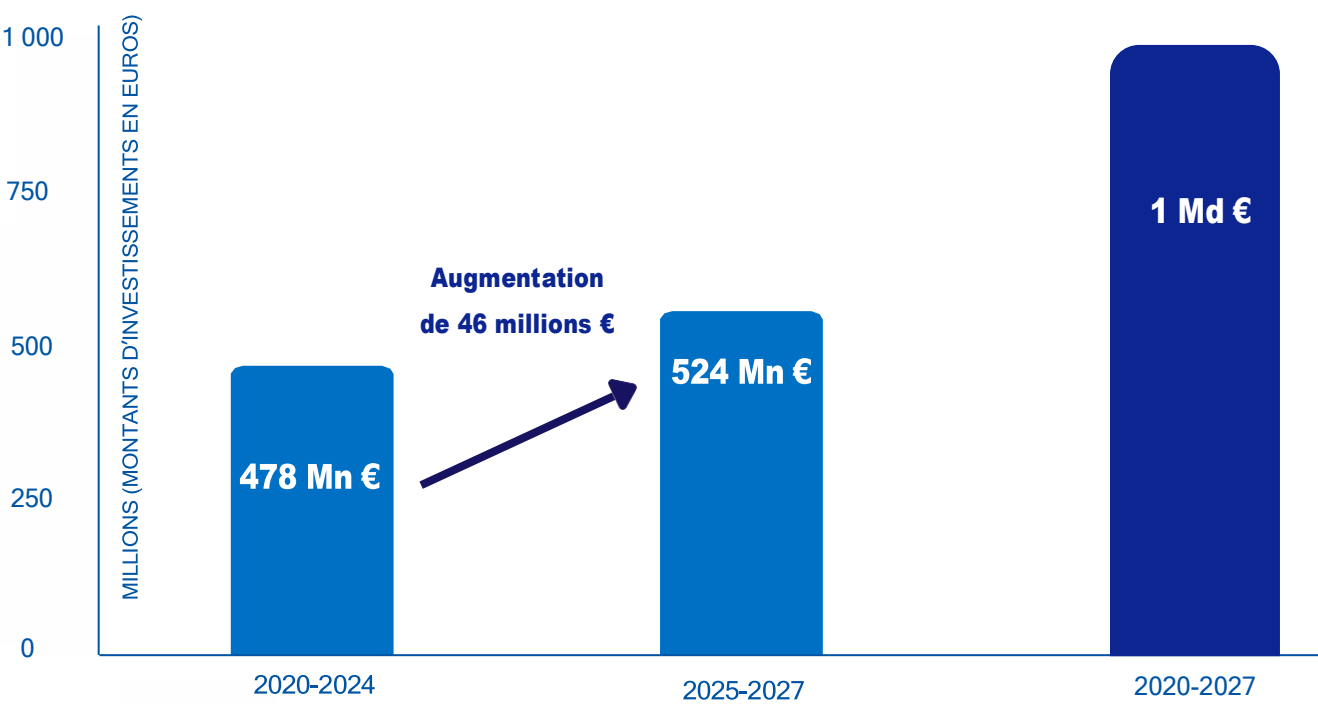


Clé de lecture : Les exportations représentent plus de 90 % du chiffre d'affaires pour 9% des entreprises du secteur automobile interrogées.

Ayant effectué des investissements et des réinvestissements d'une valeur de près de 478 millions d'euros entre 2020 et 2024, le secteur automobile français et franco-turc prévoit d'investir au moins 524 millions d'euros au cours des trois prochaines années

⁸ Chambre d'Industrie d'Istanbul (ISO), 500 plus grandes entreprises industrielles turques. Disponible à : <https://iso500.org.tr/500-big-industrial-institutions-of-Turquie?yil=2024>

FIGURE 9: INVESTISSEMENTS OU RÉINVESTISSEMENTS ET INVESTISSEMENTS PRÉVUS DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE. 2020-2027

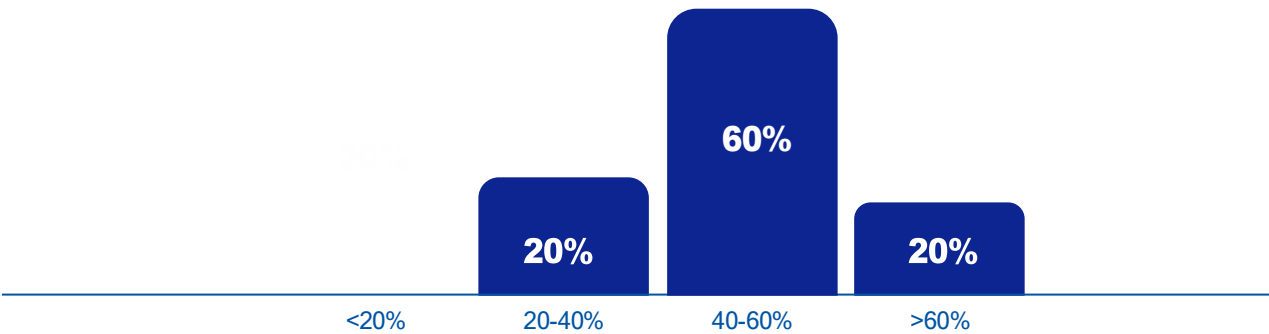


SANTÉ ET COSMÉTIQUES

Dix entreprises françaises ou franco-turques dans l’industrie de la santé et des cosmétiques ont répondu à l’enquête, y compris Sanofi Turquie, qui possède deux installations de production en Turquie.

Fonctionnant principalement selon un modèle commercial B2B (70 %), les entreprises françaises ou franco-turques du secteur de la santé et des cosmétiques emploient près de 3 000 personnes directement en 2024, et 70 % de ces entreprises ont déclaré avoir plus de 50 % de femmes dans leur main-d’œuvre.

FIGURE 10 : EMPLOYÉES FÉMININES EN PART DES EMPLOYÉS TOTAUX DANS LE SECTEUR DE LA SANTÉ ET DES COSMÉTIQUES



Clé de lecture : Les femmes représentent entre 40 et 60 % des employés pour 60 % des entreprises de la santé et des cosmétiques interrogées.

Les entreprises françaises et franco-turques du secteur ont également généré au moins 722 millions d’euros de chiffre d’affaires en 2024, contre au moins 566 millions d’euros en 2022, soit une augmentation de 28 % en deux ans.

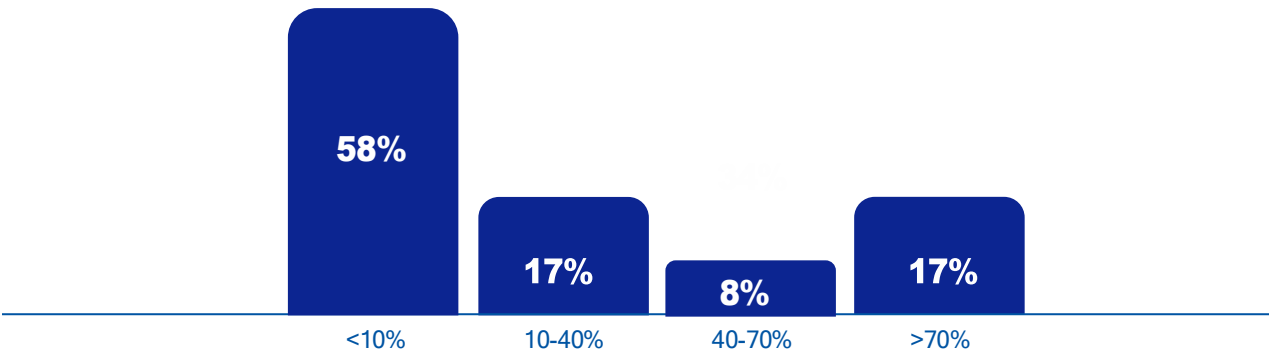
AGROALIMENTAIRE

Dix-sept entreprises françaises ou franco-turques dans le secteur agroalimentaire en Turquie, y compris sept grandes entreprises, ont répondu à l'enquête, dont 71 % sont devenues affiliées à une entité française après 2000 (la plus récente en 2019).

Le nombre total de personnes directement employées par les entreprises françaises et franco-turques dans le secteur agroalimentaire s'élève à près de 17 000 personnes en 2024.

Le chiffre d'affaires généré par les entreprises enquêtées dans le secteur a dépassé 1,35 milliard d'euros en 2024, contre 831 millions d'euros en 2022, représentant ainsi une augmentation de 62 %. Alors que 65 % des entreprises exploitent au moins deux installations de production en Turquie, la moitié d'entre elles déclarent générer une partie de leurs revenus grâce aux exportations, et un quart génère plus de 25 % de leur chiffre d'affaires grâce à ces exportations.

FIGURE 11 : EXPORTATIONS EN PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES DANS LES ENTREPRISES DU SECTEUR AGROALIMENTAIRE EN 2024



Clé de lecture : Les exportations représentent plus de 70 % du chiffre d'affaires pour 17 % des entreprises du secteur agroalimentaire interrogées.

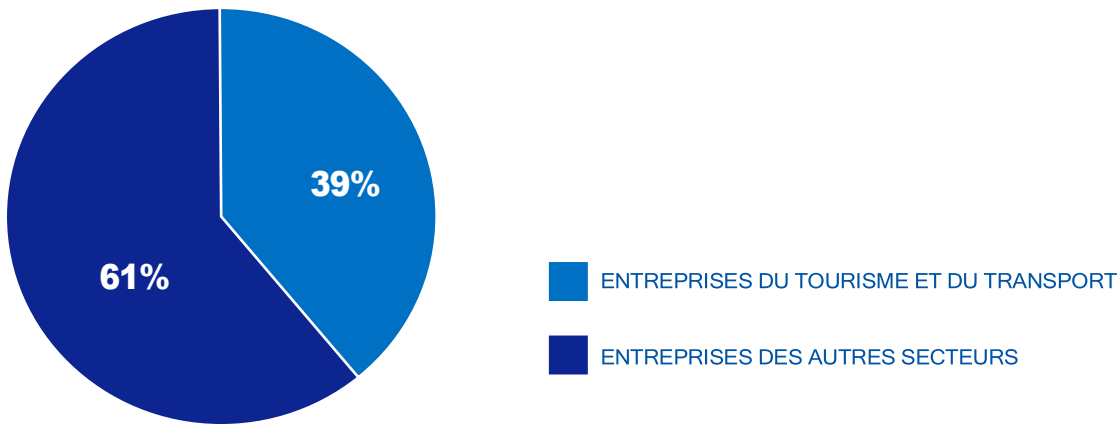
Ayant effectué des investissements et des réinvestissements d'une valeur de près de 86 millions d'euros entre 2020 et 2024, le secteur agroalimentaire français et franco-turc prévoit d'investir au moins 115 millions d'euros au cours des trois prochaines années.

TOURISME ET TRANSPORT

Seize entreprises françaises ou franco-turques opérant dans le secteur du tourisme et des transports ont répondu à l'enquête. Plus de 88 % des entreprises ont été établies ou sont devenues affiliées à une entité française après 2000, y compris 32 % après 2015 et les deux dernières entre 2023 et 2024.

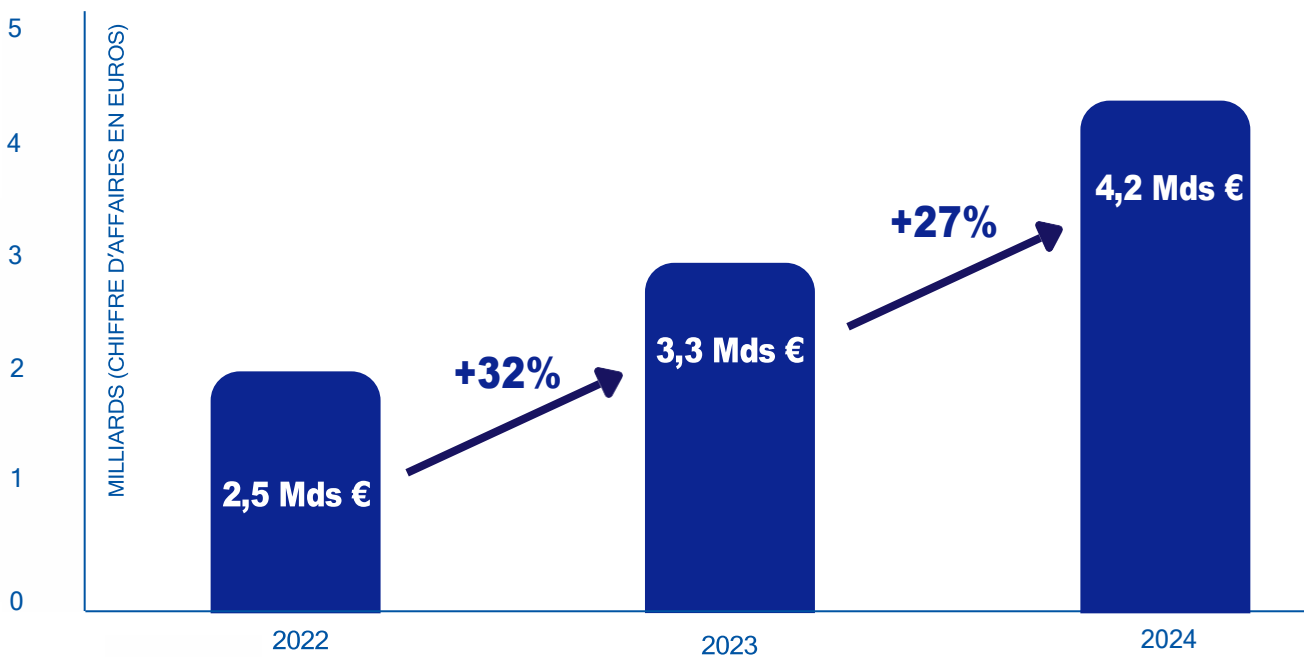
Appartenant à un secteur-clé de l'économie turque, les répondants sont principalement (plus de 63 %) des grandes entreprises et emploient directement près de 56 000 personnes en 2024, ce qui représente un tiers de l'emploi direct total généré par les entreprises françaises et franco-turques en Turquie.

FIGURE 12: PART DES ENTREPRISES DU TOURISME ET DU TRANSPORT DANS L'EMPLOI TOTAL DIRECT AU SEIN DES ENTREPRISES INTERROGÉES EN 2024



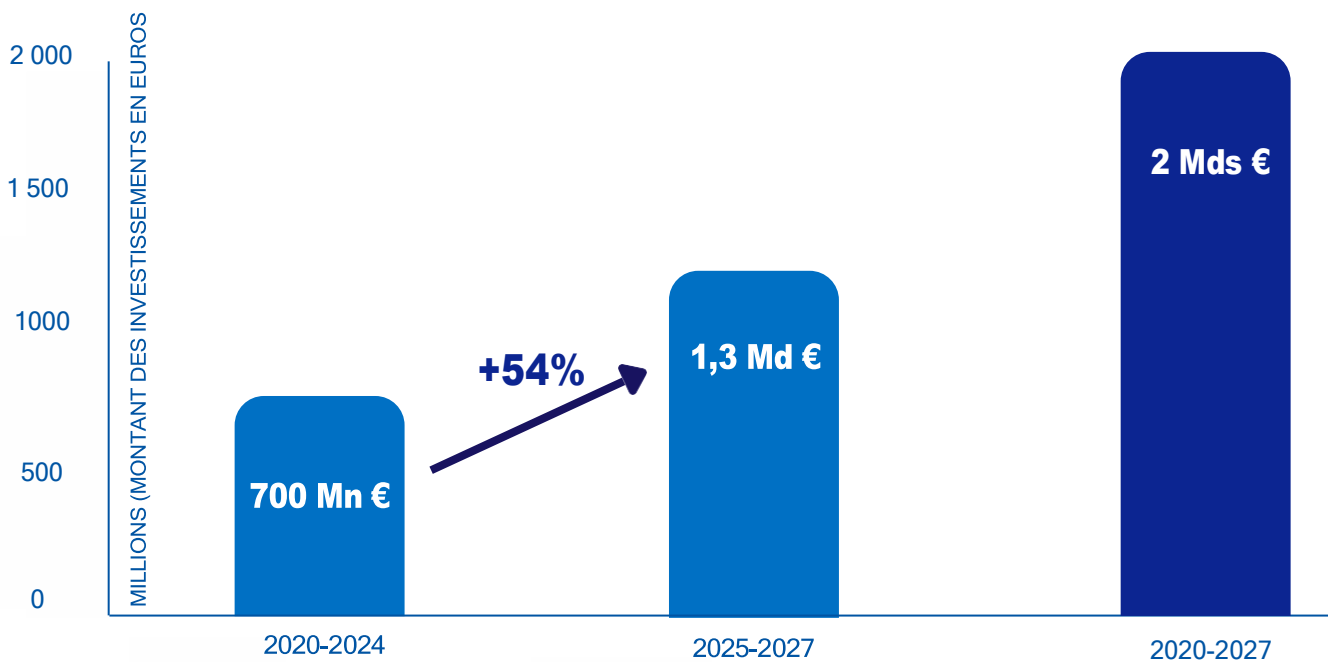
En 2024, les entreprises françaises et franco-turques du tourisme et des transports ont généré au moins 4,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires en Turquie contre 2,5 milliards d'euros en 2022, soit une augmentation de 68 % en deux ans. Parmi les entreprises de tourisme et de transport incluses dans l'étude, 56 % déclarent que leur bureau en Turquie gère des activités dans d'autres pays, en particulier dans la région MOAN et dans le Caucase.

FIGURE 13: CHIFFRE D’AFFAIRES GÉNÉRÉ PAR LES ENTREPRISES FRANÇAISES ET FRANCO-TURQUES DU TOURISME ET DU TRANSPORT



Selon l’enquête, les entreprises du secteur ont effectué des investissements ou des réinvestissements d’une valeur d’au moins 1,3 milliard d’euros entre 2020 et 2024, et elles prévoient d’investir au moins 700 millions d’euros au cours des trois prochaines années en Turquie.

FIGURE 14 : INVESTISSEMENTS OU RÉINVESTISSEMENTS ET INVESTISSEMENTS PRÉVUS DANS LE SECTEUR DU TOURISME ET DU TRANSPORT. 2020-2027

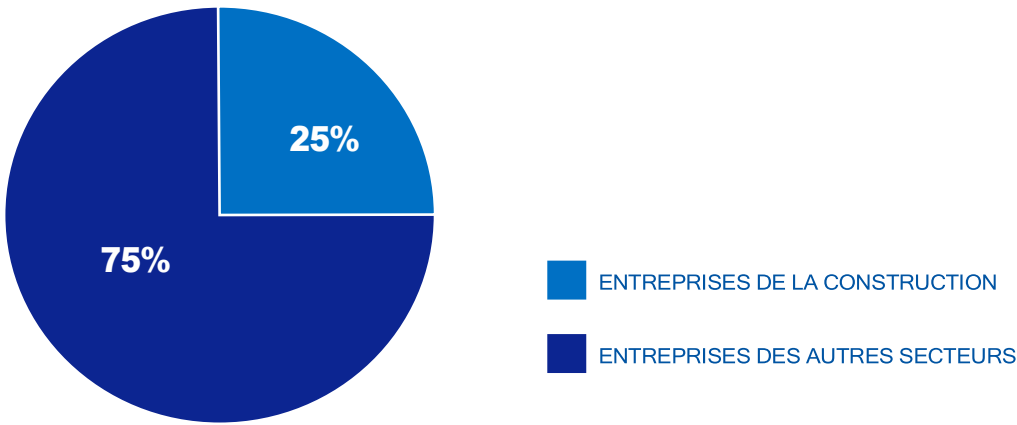


CONSTRUCTION

Huit entreprises françaises ou franco-turques dans le secteur de la construction ont répondu à l’enquête, y compris Saint-Gobain, qui exploite cinq filiales en Turquie, dont l’une a été établie au cours des deux dernières années.

Alors que toutes les entreprises ont déclaré fonctionner selon un modèle commercial B2B, les entreprises françaises ou franco-turques dans le secteur de la construction emploient près de 3 300 personnes directement en 2024. De plus, ces huit entreprises exploitent 48 installations de production à travers la Turquie, représentant un quart des unités de production totales en Turquie exploitées par des entreprises françaises et franco-turques.

FIGURE 15: PART DES ENTREPRISES DE LA CONSTRUCTION DANS LE TOTAL D'UNITÉS DE PRODUCTION AU SEIN DES ENTREPRISES INTERROGÉES



Composé exclusivement d’entreprises générant au moins 7 % de leur chiffre d’affaires grâce aux exportations, le secteur a généré au moins 643 millions d’euros en 2024, contre au moins 470 millions d’euros en 2022, soit une augmentation de 37 % en deux ans.

Entre 2020 et 2024, les entreprises françaises et franco-turques de construction ont investi et réinvesti près de 152 millions d’euros en Turquie. À cet égard, les mêmes entreprises prévoient d’investir au moins 87 millions d’euros au cours des trois prochaines années.

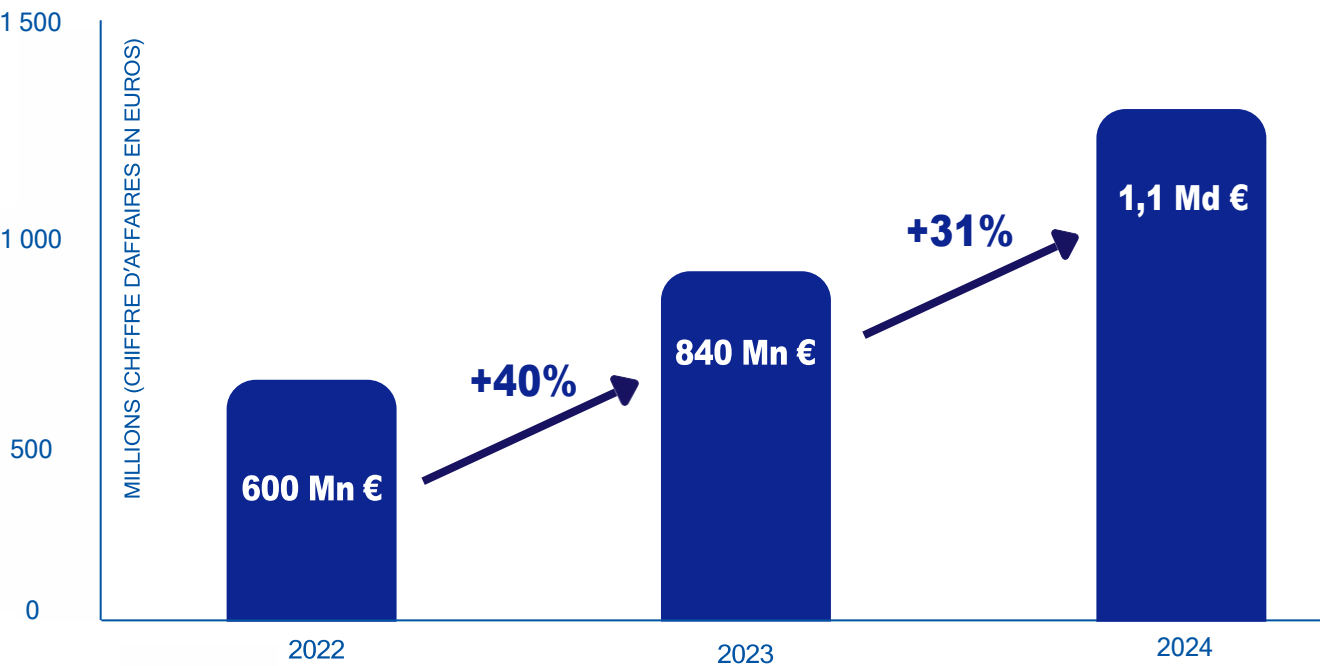
TECH

Enfin, le secteur technologique se développe rapidement en Turquie, porté par l’innovation et la numérisation. Huit entreprises françaises ou franco-turques opérant dans ce domaine ont répondu à l’enquête. Toutes sont devenues liées à une entité française en Turquie après 2000, et la moitié d’entre elles ont été établies après 2012.

Fonctionnant principalement selon un modèle commercial B2B (89 %), la moitié des entreprises technologiques françaises ou franco-turques en Turquie sont des grandes entreprises. Ensemble, ces entreprises emploient directement près de 1 400 personnes en 2024, et 50 % d’entre elles ont déclaré avoir plus de 30 % de femmes dans leur main-d’œuvre.

Le chiffre d’affaires généré par ces entreprises a atteint 1,1 milliard d’euros en 2024, contre 600 millions d’euros en 2022.

FIGURE 16 : CHIFFRE D’AFFAIRES GÉNÉRÉ PAR LES ENTREPRISES FRANÇAISES ET FRANCO-TURQUES DE LA TECH. 2022-2024



De plus, le secteur a effectué des investissements ou des réinvestissements d’une valeur de près de 48 millions d’euros entre 2020 et 2024, notamment pour des objectifs de croissance, et il prévoit d’investir au moins 67 millions d’euros au cours des trois prochaines années en Turquie, en mettant l’accent sur la formation des employés.



GUIDE: **LA PRÉSENCE INSTITUTIONNELLE FRANÇAISE EN TURQUIE**



SERVICE ÉCONOMIQUE RÉGIONAL DE L'AMBASSADE DE FRANCE

et son antenne d'Istanbul

Le Département Économique Régional de l'Ambassade de France en Turquie fait partie du réseau international du Trésor français. Basé à Ankara, il dispose également d'une antenne à Istanbul. Ses principales missions sont :

- Produire des analyses macroéconomiques et des politiques publiques : le département fournit des analyses des risques macroéconomiques du pays ainsi que des analyses sectorielles.
- Promouvoir les positions françaises auprès des autorités locales et des parties prenantes sur les grandes questions économiques et de développement mondiales, dans le cadre de négociations financières et commerciales, qu'elles soient bilatérales ou multilatérales.
- Promouvoir la France : avec Business France, le Département Économique Régional aide à promouvoir l'attractivité de la France en informant les acteurs étrangers sur les opportunités d'investissement ou d'implantation d'entreprise en France.
- Fournir un soutien aux entreprises françaises : il surveille les appels d'offres et les grands projets d'intérêt pour les entreprises françaises et intervient dans les problèmes d'accès au marché rencontrés par les entreprises françaises.

Le Département Économique Régional couvre la Turquie, l'Azerbaïdjan, la Géorgie et le Turkménistan. Il accueille également des experts d'autres administrations, y compris un Conseiller Régional en Propriété Intellectuelle, chargé de favoriser la coopération institutionnelle et l'accès au marché, de fournir une expertise technique aux parties prenantes, d'identifier les meilleures pratiques à l'étranger, de promouvoir le savoir-faire français et de lutter contre la contrefaçon.

CONTACT

Adresse:

Ankara: Iran Caddesi, Karum Is Merkezi No. 21, Asansor E,
No. 444, Kat. 6, Kavaklıdere, 06680, Ankara

Istanbul: Istiklal Cad. No. 142, Odakule Is Merkezi, Beyoglu, Istanbul

Téléphone: +90 (312) 428 31 75

Email: ankara@dgtresor.gouv.fr istanbul@dgtresor.gouv.fr

Site internet: www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/TR



Direction générale
du Trésor

CCEF

Conseillers du Commerce Extérieur de la France

Les Conseillers du Commerce Extérieur de la France (CCEF) jouent un rôle clé dans le soutien au développement du commerce international de la France en utilisant leur expertise pour promouvoir les entreprises françaises et favoriser des partenariats stratégiques à travers le monde.

Avec plus de 4 900 membres, les CCEF sont composés d'entrepreneurs, de dirigeants et d'experts du commerce international. Établis en 1898, ils sont présents dans toute la France et dans plus de 150 pays, représentant plus de 30 secteurs en Turquie. Nommés par le Premier ministre français, les CCEF travaillent entièrement sur la base du volontariat.

Les CCEF mènent des actions clés quotidiennement en partenariat avec des parties prenantes publiques et privées pour soutenir les entreprises françaises dans leur expansion internationale. Leurs missions sont structurées autour de quatre piliers principaux :

- Soutenir les entreprises dans leur développement international - Les CCEF fournissent des conseils pratiques aux entreprises souhaitant se développer à l'étranger grâce au suivi de projets, au mentorat, aux services de conseil à l'exportation et aux opportunités de réseautage. Ils facilitent l'accès direct à des contacts qualifiés et à des partenaires locaux. Ils participent également à des événements économiques pour sensibiliser aux opportunités commerciales internationales.
- Conseiller les autorités publiques françaises - En tant qu'experts de terrain, les CCEF contribuent à façonner les politiques commerciales de la France en fournissant des informations stratégiques et une expertise sectorielle spécifique. Ils participent à des organismes de consultation économique, produisent des rapports d'experts et jouent un rôle clé dans les conseils économiques des ambassades françaises, assurant un lien fort entre le secteur privé et les décideurs.
- Promouvoir l'attractivité de la France - Les CCEF travaillent à améliorer la position de la France en tant que destination de premier choix pour les investissements. Ils organisent et participent à des forums internationaux, des conférences et collaborent avec des agences de développement économique régional pour favoriser les investissements étrangers et la coopération économique.
- Former la prochaine génération - Les CCEF s'engagent à partager leur expertise avec les jeunes talents et à les encourager à poursuivre des carrières internationales. Ils soutiennent les initiatives académiques grâce à des stages, des missions en entreprise et des partenariats réguliers avec les grandes écoles de commerce.

CONTACT

Email: ccef.turquie@cnccef.org

Site Internet: www.cnccef.org



BUSINESS FRANCE

Bureau Turquie

Business France est une société de conseil publique qui favorise le développement international de l'économie française en soutenant les entreprises dans leur développement international et en promouvant l'attractivité du pays pour les investisseurs étrangers. Business France a deux objectifs principaux : attirer les investissements étrangers en France et générer plus de revenus d'exportation pour les PME.

Avec une équipe de plus de 1 400 experts, Business France est présente dans toutes les régions de France et opère dans plus de 100 pays, avec 71 bureaux dans 53 pays. Notre bureau à Istanbul, en Turquie, soutient une large gamme de secteurs, y compris l'Agrotech, l'Industrie & Cleantech, l'Art de Vivre & Santé, et la Tech & Services.

Les rôles clés du bureau de Business France en Turquie sont les suivants :

- **Missions Commerciales** : Business France promeut la coopération entre les entreprises françaises et turques en organisant des délégations commerciales, des réunions B2B et des forums commerciaux. Nous nous concentrons particulièrement sur la promotion des relations commerciales, technologiques et d'investissement entre la France et la Turquie dans des secteurs tels que l'industrie, les technologies propres, les soins de santé, le mode de vie, l'agriculture, l'alimentation et les services. Nous aidons également les entreprises à trouver des partenaires commerciaux sur les marchés cibles, leur ouvrant la voie pour signer des accords commerciaux et générer une croissance des exportations durable.
- **Investir en France** : Business France offre des conseils experts aux entreprises turques intéressées par l'établissement ou l'expansion de leurs projets en France. Nous assistons les investisseurs turcs dans la prise de décision et les soutenons à toutes les étapes de leurs projets. Nous fournissons des services sur mesure pour divers types d'investissements, tels que les partenariats industriels, les acquisitions et les investissements financiers, garantissant un établissement réussi en France. À cette fin, nous faisons appel non seulement aux conseillers en investissement de Business France, mais aussi à notre réseau de partenaires régionaux en France.

CONTACT

Adresse: Istiklal Cad. No. 142, Odakule Is Merkezi, Beyoglu, Istanbul

Téléphone: +90 (212) 982 02 82

Email: istanbul@businessfrance.fr

Site internet: www.businessfrance.fr



CCIFT

Chambre de Commerce et d'Industrie France Turquie

La Chambre de Commerce et d'Industrie France Turquie (CCIFT) est une entité entièrement indépendante et autofinancée, établie en 1885 sous la loi turque. La CCIFT a été l'un des principaux acteurs institutionnels français dans le développement des relations économiques bilatérales entre la France et la Turquie. Historiquement, elle est la deuxième plus ancienne chambre bilatérale en Turquie. Elle est également l'une des cinq plus anciennes chambres françaises à l'étranger et un membre fondateur de CCI France International, le réseau international qui réunit plus de 120 chambres de commerce françaises dans 95 pays.

En 2024, la CCIFT a atteint 450 membres, dont un tiers étaient des filiales d'entreprises françaises en Turquie. Sa mission est de favoriser les relations économiques et commerciales entre la France et la Turquie, d'unir la communauté commerciale franco-turque et de représenter ses membres auprès des institutions des deux pays. La CCIFT joue également un rôle clé dans l'encouragement des investissements mutuels, la promotion du marché turc parmi les entreprises françaises et leurs organisations en France, telles que les chambres d'industrie et les fédérations professionnelles, et, grâce à sa flexibilité opérationnelle, la fourniture de services sur mesure aux entreprises pour stimuler l'activité économique et le commerce.

Ainsi, la CCIFT offre une gamme complète de services de développement commercial pour les entreprises. Pour les entreprises françaises, elle fournit des espaces de bureau dans son Centre d'Affaires à Gayrettepe (Istanbul), des bureaux virtuels, un soutien professionnel en gestion, des services de paie et de recrutement, ainsi qu'une assistance pour trouver des fournisseurs et des partenaires locaux en Turquie. Elle facilite également les demandes de visa français pour les professionnels turcs en partenariat avec le Consulat général de France. De plus, la CCIFT organise des événements clés, tels que des conférences économiques et sectorielles (couvrant des sujets tels que les perspectives économiques de la Turquie, l'énergie et l'industrie), des réunions de réseautage commercial et des événements de gala prestigieux qui réunissent la communauté commerciale franco-turque.

CONTACT

Adresse: Pazar Sokak No.4 Bareli Is Merkezi K:2, Gayrettepe, Besiktas 34387, Istanbul

Téléphone: +90 (212) 249 29 55

Email: ccift@ccift.com

Site internet: www.ccift.com



AFD

Agence Française de Développement

Le Groupe AFD est la principale institution publique française chargée de la coopération technique et financière pour le développement, opérant dans plus de 150 pays. Il fournit un soutien financier aux entités publiques, y compris les banques publiques, les municipalités et les ministères compétents, pour la mise en œuvre de grands projets ayant des impacts socio-économiques et environnementaux majeurs et des co-bénéfices climatiques élevés. La filiale de l'AFD, Proparco, est plus spécifiquement chargée du financement du secteur privé, y compris les banques, les sociétés et les projets autonomes. Expertise France, qui a rejoint le Groupe AFD en 2022, est une agence de coopération technique qui conçoit et met en œuvre des projets de coopération pour renforcer les politiques publiques de nos partenaires de manière durable.

Le travail du Groupe AFD contribue à la croissance sobre en carbone et à la convergence vers les meilleures normes internationales, en particulier les normes européennes, dans divers domaines. Le groupe opère en Turquie depuis 2004 et dispose de bureaux à la fois à Istanbul et à Ankara.

La gamme des activités du Groupe AFD inclut : le développement urbain durable par le financement des infrastructures (transport, déchets solides, eau, assainissement) ; les lignes de crédit bancaire pour les entreprises et les particuliers (énergie renouvelable et efficacité énergétique, égalité des genres sur le lieu de travail, serres) ; les prêts pour les politiques publiques de préservation et de développement des forêts ; la protection de la biodiversité et l'économie circulaire, les projets agroalimentaires ; les investissements hospitaliers en partenariat public-privé (via Proparco), et le soutien à la reconstruction et à la résilience post-séisme.

Le Groupe AFD mobilise également un volume de subventions pour renforcer la coopération technique entre la Turquie et la France. En outre, le groupe contribue à la mise en œuvre des fonds de la Facilité de l'Union européenne pour les réfugiés en Turquie dans les domaines de l'assainissement de l'eau, de la formation professionnelle et de la santé. Depuis Istanbul, les Directions Régionales couvrent les Balkans occidentaux, la Turquie, le Caucase du Sud, la Moldavie et l'Ukraine ; Proparco et Expertise France couvrent également l'Asie centrale.

CONTACT

Adresse: Iran Caddesi Karum Is Merkezi E Asansoru Kat 6,
No. 444 06680 Cankaya/Ankara

Téléphone: +90 (312) 428 31 75 / 127

Email: afd_ankara@afd.fr

afdistanbul@afd.fr (Regional Directorates)

Site internet: www.afd.fr/fr/page-region-pays/turquie



BPIFRANCE

Agence française de crédit à l'export

Bpifrance, la Banque Publique d'Investissement française, agit également en tant qu'Agence de Crédit à l'Export officielle de la France. Au nom du gouvernement français, Bpifrance gère et promeut une gamme complète de solutions d'assurance et de garantie visant à soutenir et à sécuriser les exportations françaises et les investissements internationaux.

Les garanties de Bpifrance peuvent soutenir une large gamme de contrats commerciaux entre des entreprises françaises et turques. Pour être éligibles, les contrats doivent inclure un minimum de 20 % de contenu français, ce qui peut inclure l'ingénierie, la R&D, la logistique ou d'autres services à valeur ajoutée provenant de France.

En plus des garanties, Bpifrance offre des facilités de crédit à l'exportation aux acheteurs internationaux partenaires d'entreprises françaises. Le Crédit Acheteur est accordé à des clients étrangers, qu'il s'agisse d'entreprises privées, d'entités publiques ou d'institutions souveraines, pour financer l'achat d'équipements, d'infrastructures et de services associés fournis par des exportateurs français.

La Turquie est actuellement couverte par les bureaux régionaux de Bpifrance basés à Casablanca et à Dubaï.

CONTACT

Email: mena@bpifrance.fr





Rapport commandé par le Comité Turc des Conseillers du Commerce Extérieur de la France, et
préparé par Junior ESSEC Consulting.